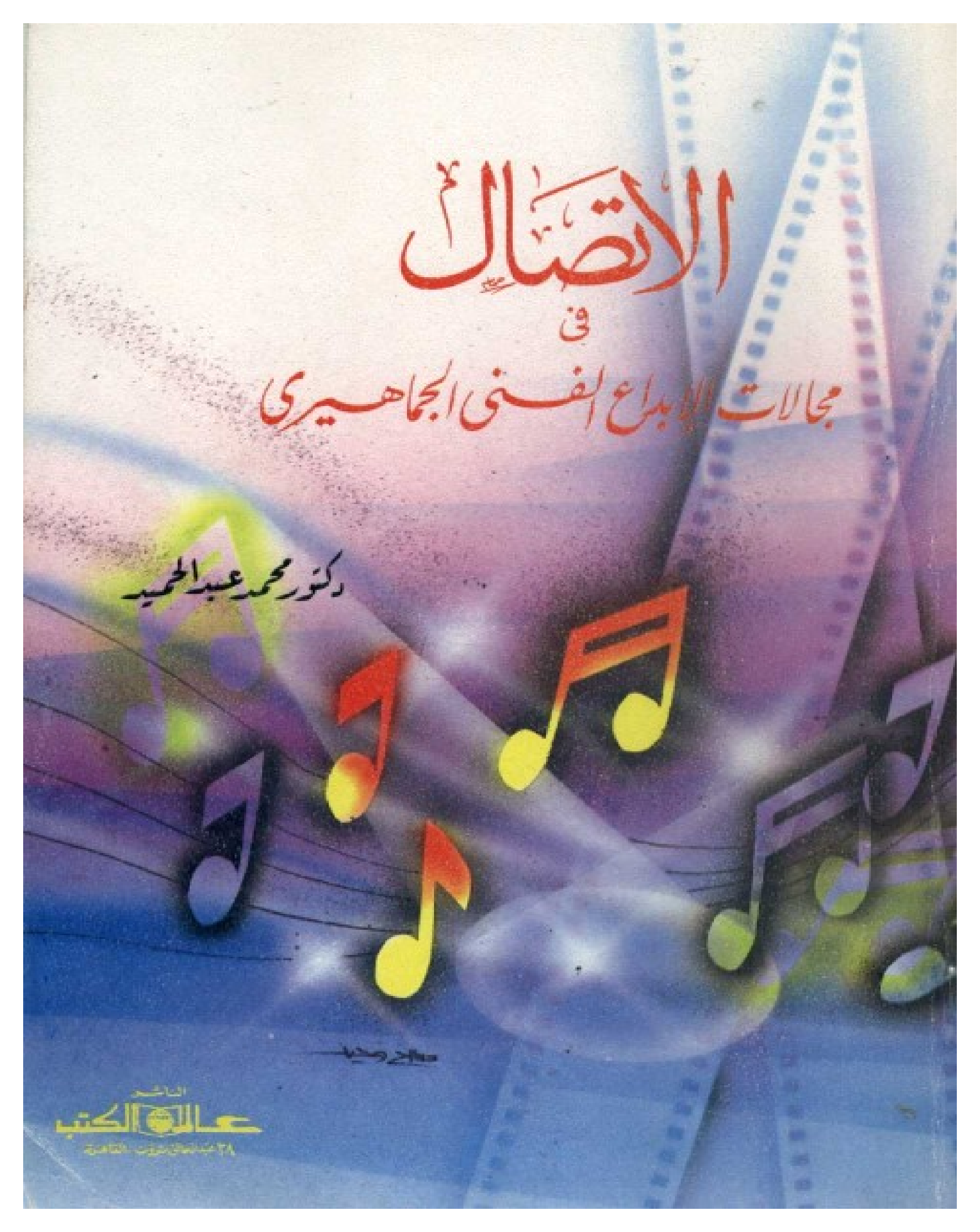

الاتصال
في
مجالات الإبداع الفني الجماهيري
دكتور محمد عبد الحميد
الناشر
عالم الكتب
٣٨ عبد الخالق ثروت - القاهرة



دكتور محمد عبد الحميد

١٩٩٣



٣٨ شارع عبد الخالق ثروت - القاهرة ت : ٣٩٢٦٤٠١

بسم الله الرحمن الرحيم

‹ ن والقلم ومايسطرون ›

صدق الله العظيم

مقدمة

لانبالغ إذا قلنا أن تشخيص العديد من مشكلات الأعمال الفنية الجماهيرية، التى تقدم من خلال السينما أو العروض المسرحية أو الموسيقية، يتطلب فى البداية أن نضع أيدينا على جوهر العلاقة بين كل من الفنان المبدع، وجمهور المتلقين. هذه العلاقة التى يجسدها سلوك المتلقين فى الإقبال على هذه الأعمال وتذوقها، أو العزوف عن التعرض لها، أو هبوط معدلات التردد عليها فى دور العرض أو أوقاته المختلفة.

وعلى الرغم من كثرة ما صدر من دراسات وبحوث علمية فى تقنيات العلوم الخاصة بالإبداع فى هذه المجالات، من سينما أو مسرح أو موسيقى، على الرغم من كثرة ما صدر من دراسات وبحوث علمية فى هذه المجالات، إلا أنه يلاحظ غياب المنظور الاتصالى فى هذه الدراسات، والذى يهتم بشرح وتفسير العلاقة المذكورة.

وذلك على الرغم من أن نجاح هذه الأعمال، والذى يتجسد فى قبول المتلقين لها، وزيادة معدلات ترددهم عليها، يتوقف أولاً وأخيراً على إدراك عملية الاتصال الإنسانى human communication بأبعادها المختلفة، ومايرتبط بهذه الأبعاد من مبادئ، وأسس علمية أرست دعائمها البحوث والدراسات الخاصة بعلوم الاتصال، والاجتماع، وعلم النفس، وعلم النفس الاجتماعى. لتحدد من خلال المنهج العلمى مقومات نجاح عملية الاتصال الإنسانى فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

ولذلك كان اهتمام الأكاديميات والكليات والمعاهد العلمية التى تدّرس فنون الإبداع فى السينما والمسرح والموسيقى، بدراسة علوم الاتصال ونظرياته.

وفى مصر أرست أكاديمية الفنون فى لوائحها التعليمية المستحدثة، فى معاهدها المختلفة، تدريس علوم الاتصال ونظرياته، فى مراحل البكالوريوس والدراسات العليا.

فى إطار الهدف الخاص بتدريس هذه العلوم ونظرياتها والحاجات العلمية المرتبطة بها.
وفى إطار الهدف العام بدعم المعرفة العلمية بالعلوم الإنسانية، إسهاماً فى تنمية إدراك الدارسين، وتطوير معارفهم بالبعد الإنسانى للإبداع الفنى فى المجالات المختلفة.

وكانت بالتالى هذه الدراسة التى استهدفت صياغة المبادىء الخاصة بالاتصال الإنسانى ونظرياته، فى إطار عملية الإبداع الفنى الجماهيرى، وفق أهداف هذه العملية ومتطلباتها، وحركة عناصرها، وصياغة نموذج خاص للاتصال فى المجالات المتعددة لها، وتسهم بالشرح والتفسير فى صياغة الأبعاد الاجتماعية والنفسية للاتصال فى هذه المجالات.

واعتمدت هذه الدراسة فى تحقيق هذا الهدف على المسح المكتبى لنتائج البحوث والدراسات التى أجريت فى هذه المجالات. لإعادة صياغة المبادىء والأسس الخاصة بالاتصال وأساليبه، وتطبيق نظرياته، وفق متطلبات وأهداف حركة عناصر الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى. والتى تتمثل فى الفنان المبدع، والمؤسسات الفنية من جانب، وجمهور المتلقين من جانب آخر، فى علاقتهم بالرسائل الاتصالية التى تجسدها الأعمال الفنية الجماهيرية، والتى تتأثر بحركة النظم والسياق الاجتماعى، وتؤثر فيها.

وفى إطار هذا الهدف تم تقسيم الدراسة إلى ستة فصول، كالتالى: -

الفصل الأول : الاتصال : مدخل عام

ويتناول هذا الفصل التعريف بعملية الاتصال، وأهميتها للفرد والمجتمع، والعناصر الأساسية لعملية الاتصال، والنماذج البنائية للتعريف بهذه العملية، وأنواع الاتصال

وأشكاله، والوسائل المستخدمة فى كل من الأنواع والأشكال الخاصة به.

الفصل الثاني: نموذج الاتصال فى مجالات الإبـداع الفنى الجماهيرى

ويطرح هذا الفصل نموذجاً خاصاً للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى، يحدد عناصر الاتصال، وحركتها واتجاهات التأثير، فى علاقتها بالمجتمع والقوى المؤثرة فى حركتها.

وذلك بعد أن أكد هذا الفصل دور الاتصال فى تحقيق أهداف الفن، والإبداع، والتذوق الفنى.

ثم يختم الفصل بتحديد وظائف الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى للأفراد والمجتمع.

الفصل الثالث: خصائص الاتصال فى مجالات الإبـداع الفنى الجـماهيرى

ويحدد هذا الفصل الخصائص المميزة للاتصال فى هذه المجالات، والتى تختلف فى كثير منها عن خصائص الاتصال في مجالات أخرى من مجالات الاتصال الإنسانى.

الفصل الرابع: الاتجاه الاجتماعي للاتصال في مجالات الإبـداع الـفـنى الجماهـيرى

ويتناول هذا الفصل الأبعاد الاجتماعية التى تؤثر فى دور الفنان المبدع وعلاقته بالمجتمع، وكذلك أهمية دراسة الخصائص والسمات الاجتماعية لجمهور المتلقين، وكذلك تأثيرات النظم الاجتماعية والسياق الاجتماعى على حركة عملية الاتصال فى هذه

المجالات، والنظريات التى تفسر هذه العلاقات والتأثيرات، التى تتجسد فى كثير من مجالات الممارسة المهنية فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

الفصل الخامس: الأبعاد النفسية للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

ويتناول هذا الفصل النظريات الخاصة بالتعرض إلى الأعمال الفنية الجماهيرية، وأهداف هذا التعرض فى علاقته بالتعلم، والمعرفة، والإدراك، والاتجاهات، والدوافع،...والتى تمثل مع غيرها القوى المؤثرة فى الانتقاء والتعرض إلى هذه الأعمال، وتشكيل اتجاهات جمهور المتلقين نحو هذه الأعمال والفنان المبدع الذى يشارك فيها.

الفصل السادس : قضايا اتصالية فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

ويفسر هذا الفصل عدداً من القضايا الخاصة بالإبداع الفنى الجماهيرى، والتى تمثل جوهر مشكلات السينما والمسرح بصفة عامة فى مجتمعاتنا. وذلك من خلال المنظور الاتصالى، الذى يطرح نفسه قاسماً مشتركاً فى هذه القضايا. وذلك بوصفه تطبيقاً للمبادىء والنظريات الاتصالية والاجتماعية والنفسية، السابق تناولها فى الفصول السابقة، ويتناول من هذه القضايا:

- تأثير جمهور المشاهدين على اتجاهات العمل الفنى الجماهيرى.
- فشل الأعمال الفنية جماهيرياً على الرغم من استكمال المقومات الفنية.
- الاستثمار المالى فى الأعمال الفنية الجماهيرية، وتأثيره على الذوق العام.
- النتائج الجانبية. لعرض الأعمال الفنية الجماهيرية.

وتعتبر القضايا المطروحة نماذج للتطبيق، من قضايا عديدة يمكن أن يفسرها

النموذج الاتصالى فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

....

....

ولأن الكمال لله وحده، فلاندعى كمالاً فى هذه الدراسة. ويشفع لها أنها الدراسة الأولى فى هذا المجال التى قدمت إسهاماً متواضعاً، والذى نأمل أن يكون حافزاً إلى مزيد من الدراسات والبحوث التى تجسد البعد الإنسانى من خلال الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

والله الموفق.

القاهرة فى ١٠/٦/١٩٩٢م

٩/١٢/١٤٠٤هـ

د. محمد عبد الحميد



فهرست المحتويات

- تأثير جمهور المشاهدين على اتجاهات العمل الفنى الجماهيرى.

- فشل الأعمال الفنية جماهيرياً على الرغم من استكمال المقومات الفنية الإبداعية.

- الاستثمار المالى فى الأعمال الفنية الجماهيرية وتأثيره على الذوق العام.

- النتائج الجانبية لعرض الأعمال الفنية الجماهيرية.

الفصل الأول

الاتصال

مدخل عام

يعتبر الاتصال Communication من صور النشاط الإنساني، الذي بدأ مع ظهور حاجة الإنسان إلى آخرين، في تلبية حاجاته الأولية، ودفع المخاطر وتحقيق الأمن والاستقرار. وهي نفس الأهداف التي قامت عليها التجمعات البدائية. وأصبح الاتصال بين أفرادها نشاطاً يومياً لتحقيق حاجاتهم، وتنظيم حياتهم.

ومع تطور هذه التجمعات بدأ الاتصال بينها، لتطوير الأهداف والحاجات، التي لايلبيها سوى الاتصال بين الجماعات وبعضها، مثل التبادل والمقايضة، وتنظيم الأمن وتجنب الحروب..... إلى آخره.

ومع هذا النشاط الإنساني، تبلورت منظومات متكاملة للاتصال. تقوم على الإشارات والرموز ذات المعاني والدلالات المشتركة، التي تيسر فهم وإدراك أهداف الاتصال وأبعاده في هذه المجتمعات البدائية.

ومع تطور الأصوات المنطوقة وظهور اللغة، أصبحت هي الأداة الرئيسية للاتصال بين الأفراد في الجماعة الواحدة التي تتفق فيما بينها على الرموز اللغوية ومعانيها. وهي الأداة التي دعمت الانتماء العضوي للفرد داخل الجماعة باندماجه الكامل في أفكارها وأهدافها.

ومع تطور المجتمعات، وتطور الأهداف والحاجات، تطور النشاط الاتصالي وأساليبه، ليتفق مع البناء الحضاري والثقافي الذي يميز كل مرحلة عن الأخرى.

ولم يصبح الاتصال بعد ذلك مجرد نشاط إنساني، ولكنه تحول بعد ذلك ليصبح عملية اجتماعية تتسم بالتدفق والاستمرار. وتضم أنساقاً متعددة من العمليات السلوكية والنفسية، ترتبط في جوانب كثيرة منها بتقنيات العصر ومخترعاته.

وعلى الرغم من قدم هذا النشاط الإنساني، فإن الاقتراب العلمي منه يتميز بالحداثة النسبية. ارتبط هذا الاقتراب العلمي بالتطورات التي طرأت على العالم مع بداية هذا

القرن. وجسدت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بالجماهير وتقنين العمليات الخاصة به. والاتصال بين الشعوب، والثقافات، لتلبية الدوافع والحاجات التى صاغتها التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التى مر بها العالم منذ هذا التاريخ.

ومع ازدياد الحاجة إلى التقنين العلمى، ساهم عدد كبير من العلوم فى المحاولات الأولى لدراسة الاتصال، مثل العلوم السلوكية والاجتماع، واللغة، والسياسة، وعلم النفس، وجذبت آخرين فى مجال العلوم الرياضية والطبيعية.

وتأثر التعريف بالاتصال ومحدداته باتجاه النظرة العلمية لهذه العلوم ومناهجها نحو هذا العلم الجديد.

وفى هذا المجال ساهم عدد كبير من العلماء والخبراء والباحثين فى التقنين العلمى للاتصال ومحدداته والعمليات المتصلة به وتأثيراته. وهذه المساهمات أفرزت عدداً من التعريفات الخاصة بالاتصال وعناصره الأساسية(١).

وهذه التعريفات وإن اختلفت فى السياق اللفظى، إلا أنها تحدد فى النهاية العناصر الأولية للاتصال، والهدف النهائى منه، وكذلك العوامل الثانوية التى قد تؤثر فيه إيجاباً أو سلباً.

ويمكن أن نوجز تعريفاً للاتصال كالآتى:

الاتصال: هو العملية الاجتماعية، التى تتم بين أعضاء الجماعة أو المجتمع لتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمعانى، لتحقيق أهداف معينة.

ومن خلال التعريف السابق تكون المحددات الأساسية للاتصال هى:-

١ - إن الاتصال ليس مجردنشاط إنسانى فقط، ولكنه عبارة عن عملية process ذات أطراف متعددة - الأعضاء فى الجماعة أو المجتمع - تتسم بالتغير والاضطراد، الذى يتفق مع الطبيعة الإنسانية والأهداف المتغيرة للفرد والمجتمع.

٢ - إن هذه العملية تعتبر شكلاً من أشكال التفاعل الاجتماعى، بل إنها تعتبر ضرورة لحركة الأشكال الأخرى وتحقيق أهدافها. ولذلك فإنها تعتبر عملية اجتماعية social process تؤثر فى سمات المجتمع وأهدافه وتتأثر بهما فى نفس الوقت.

٣ - إن عملية الاتصال تعتبر ضرورة للفرد والمجتمع. تسهم فى تحقيق الحاجات الفردية والاجتماعية.

٤ - لايغير من مفهوم العملية الاجتماعية ، تغير الرموز التى تعبر عن المعانى والأفكار. فهذه الرموز يمكن أن تكون رموزاً لفظية فيطلق عليه الاتصال اللفظى Verbal communication ، أو غير لفظية، فيسمى الاتصال غير اللفظى non-verbal communication والذى يدخل فى دائرته العديد من أنماط الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى، مثل الرموز المصورة، والرموز الموسيقية، والإيقاع..... وغيرها. التى تقوم بنفس أدوار اللغة والألفاظ فى التعبير عن المعانى لتحقيق أهدافها فى الاتصال[٢].

أهمية الاتصال

للفرد والمجتمع

ويعكس التعريف السابق ومحدداته الأساسية، الأهمية الخاصة للاتصال فى حياة الفرد والمجتمع. والتى دعت الكثير من الباحثين إلى دراستها من خلال الكشف عن

الوظائف والأدوار التى يقوم بها الاتصال، والحاجات التى يسهم بدور فى تلبيتها[٣].

وهناك عدد من الدوافع التى تدفع الفرد إلى الاتصال مع الآخرين، ليس لإشباع الحاجات الأولية أو الأساسية فقط، ولكن لتلبية حاجات أخرى فردية واجتماعية بوصفه عضواً فى جماعة من الجماعات، أو المجتمع.

وتتلخص أهمية الاتصال بالنسبة للفرد فى الآتى:

أولا: يقوم البناء الاجتماعى داخل الجماعة، أو داخل المجتمع على تحديد الدور الذى يقوم به كل فرد داخل هذا البناء. وهذا مايجعل الفرد يشعر بقيمته داخل الجماعة أو المجتمع. وهذا الدور يفرض على الفرد القيام بوظائف متعددة تختلف فيما بينها من دور إلى آخر. وتحقق فى النهاية التكامل الاجتماعي، وذلك لارتباط وظيفة كل فرد حسب دوره بالآخرين. ولايمكن أن يقوم بهذه الوظائف التى تتفق مع الدور الاجتماعى دون اتصاله بالآخرين.

ونادراً مانجد دوراً اجتماعياً لايفرض على الفرد اتصالا بالآخرين. وحتى إذا كان هناك مثل هذا الدور، مثل دور الباحثين أو العلماء المتفرغين للبحوث والاكتشافات العلمية، فإن هذا الدور يفرض عليه اتصالاً مع زملائه أو أقرانه، خاصة وأن المعرفة العلمية أصبحت تميل إلى التخصص الدقيق الذى يتكامل مع غيره من التخصصات. وذلك بجانب الاتصال اليومى لإشباع الحاجات الأولية أو الأساسية.

وبجانب مايفرضه الدور الاجتماعى من اتصال بالآخرين، فإن اتصال الفرد بمصادر المعلومات والمعرفة يدعم المكانة الاجتماعية التى ترتبط بهذا الدور أو يفرضها.

ثانيا: ونظراً لأن العزلة داخل المجتمع تجسد لدى الفرد الإحساس بالخوف. فإن الاتصال بالآخرين يساعد الفرد على الاقتراب منهم، ودعم الإحساس بالأمن والطمأنينة الناتجة عن التماسك الاجتماعى، والذي يعمل أيضاً على دعم الاتصال بالآخرين،

ويعتبر مظهراً من مظاهره.

ويتأكد الإحساس بالأمن داخل الجماعة بقيام علاقات اجتماعية إيجابية بين أفرادها، تجعل الفرد يعرف الآخرين، ويتبادل معهم الحاجات والأفكار والآراء من خلال الاتصال المستمر في حياة الفرد اليومية.

ثالثا: وتظهر أهمية الاتصال للفرد فى حاجته إلى المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية، التى تفيد الفرد فى اتخاذ قراراته اليومية.

وبالإضافة إلى ذلك تظهر الحاجة إلى الارتفاع بمستوى المعارف والمهارات. التى تنعكس على الأداء والإنجاز اليومى. وكذلك المعارف الثقافية التى تفيد فى الخروج بأحكام صائبة فى الموضوعات التى يتعرض لها الفرد فى حياته اليومية.

وتظهر أهمية الاتصال أيضاً فى حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف التى تدعم مايؤمن به من أفكار وقيم ومعتقدات.

رابعاً: وتظهر أيضاً أهمية الاتصال للفرد فى كونه العملية الأساسية لاكتساب الفرد خصائص وسمات المجتمع الذى يعيش فيه وينتمى إليه. وتدعم بالتالى انتماءه إلى هذا المجتمع. فالفرد من خلال الاتصال يكتسب قيماً وأفكاراً ومعتقدات المجتمع. وينقلها بالتالى إلى آخرين فى صورة أو أخرى، وفى إطار عمليات اجتماعية مثل التنشئة الاجتماعية. فيتحقق بالتالى التكيف الاجتماعى مع هذا المجتمع، والتوافق مع قيمه وعاداته ومعتقداته.

خامساً: وبجانب الأهمية التى يعكسها الدور الاجتماعى، والمكانة الاجتماعية والحاجة إلى الانتماء، والتكيف الاجتماعى، بجانب الأهمية التى يعكسها كل ذلك للاتصال، تظهر حاجة الفرد إلى الاتصال للهروب من الواقع اليومى، والتحليق فى عالم الخيال، أو الواقع الآخر الذي يرسمه الآخرون فى كتاباتهم أو أعمالهم التى تعرض فى

الصحف أو الراديو أو التليفزيون أو السينما أو المسرح. من محتوى ترفيهى يساعده على ذلك بوصفها وسائل للاتصال بأعداد كبيرة من المتلقين. كما سيأتى تفصيلاً فيما بعد.

ويجانب مايقوم به الاتصال من وظائف تعكس أهميتة للفرد، فإن أدواراً أخرى للاتصال تعكس أهميتة للمجتمع مثل : -

أولاً : يوفر الاتصال للأفراد فى المجتمع، والمجتمع الكل، المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها. مما ينعكس على دعم الاستقرار والأمن داخل المجتمع وخارجه.

ثانياً: يحقق الاتصال الترابط أو التقارب بين أفراد المجتمع وعناصره. ودعم التفاعل بينهم، فيؤدى ذلك فى النهاية إلى تحقيق التماسك الاجتماعى.

ثالثاً: يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع. بنقل تراثه من جيل إلى آخر، وتعريف الأجيال الجديدة بهذا التراث، الذي يعتبر أحد المحددات الأساسية للنظام الثقافى فى المجتمع.

ولايعنى عرض هذه الوظائف التى تعكس أهمية الاتصال فى المجتمع، ضرورة أن توفر أى عملية اتصالية كل هذه الوظائف معاً. ولكن العملية الاتصالية يمكن أن تقوم بوظيفة أو أكثر، أو تؤدى محصلة العمليات الاتصالية التى يشارك فيها الفرد إلى مجموع هذه الوظائف، أو تسهم وسائل الاتصال بأنواعها فى تحقيقها معاً.

العناصر الأساسية لعملية الاتصال

يسهم تحديد العناصر الأساسية لعملية الاتصال فى الاقتراب كثيراً من تعريف العملية. بل إن هذا التحديد اتخذ بديلاً عن التعريف اللفظى لهذه العملية فى عديد من

كتابات وبحوث الخبراء فى مجالات الاتصال المختلفة.

ويشير التعريف السابق نكره إلى ضرورة توافر حد أدنى من العناصر الضرورية لقيام العملية بدورها. وهذه العناصر هى : -

١ - مرسل sender أو مصدر source أو قائم بالاتصال communicator يقوم بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعانى إلى آخرين.

٢ - رسالة message تحتوى على الرموز - لغوية ، لفظية أو غير لغوية، غير لفظية - التى تعبر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعانى.

٣ - مستقبل reciever أو متلقى andience يستقبل الرسالة ومحتواها. وقديماً اهتم أرسطو بهذه العناصر الثلاثة حتى تحقق الخطبة أهدافها بين الناس :

- الخطيب (مرسل).
- الخطبة (رسالة).
- الجمهور أو الجماعة (المستقبل).

وكذلك اهتم ابن خلدون بهذه العناصر الثلاثة، عندما اهتم بالإطار الاجتماعى (العمران الإنسانى) فى نقل الأخبار وقبولها.

ثم كانت بعد ذلك النظريات والنماذج الغربية التى اهتمت بعملية الاتصال في المجالات الاجتماعية والنفسية. وكذلك المجالات الرياضية. هذه النظريات أو النماذج قد اهتمت بهذه العناصر الثلاثة، التى تعتبر قاسماً مشتركاً فى كافة العمليات الاتصالية مهما اختلفت الأساليب أو الطرق المستخدمة فى الاتصال ، أو الهدف منها ، أو المجال الذى تعمل فيه.

٤ - وسيلة channel أو وسيط mediem لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل. خاصة إذا تباعدت بينهم المسافات، أو زاد عدد المستقبلين أو المتلقين. وتتطور

هذه الوسيلة فى الحجم والقدرة بازدياد المسافة وعدد المتلقين وانتشارهم.

٥- يضاف إلى ذلك أن المرسل عندما يصيغ رسالته فى محتوى ما، بواسطة رموز معينة، فإنه يسعى إلى تحقيق أهداف معينة من العملية الاتصالية ويتوقع من المستقبل رد فعل reaction أو استجابة ما response تشير إلى تحقيق الهدف من عدمه

وهذه الاستجابة أو مانسميها رد فعل الرسالة. يجب أن ترتد مرة أخرى إلى المرسل فى شكل من أشكال التعبير أو صوره ،ويدخل فى ذلك تعبيرات الوجه أو الإشارات أو الإيماءات...، وغيرها من الرموز التى تفيد حدوث رد فعل للرسالة، سواء كان رد الفعل إيجابياً يتفق مع أهداف المرسل أو سلبياً يتعارض مع هذه الأهداف، وهذا مايطلق عليه فى العملية الاتصالالية، التغذية العكسية أو المرتدة، أو الراجعة. أو مايسمى رجع الصدى Feed back .

والعناصر السابقة -كما يوضحها شكل رقم (١)- هى التي تتوافر فى أية عملية اتصالية، سواء كانت بين الأفراد أو بين فرد وآخرين، فى مجال من مجالات الاتصال التى يتفاعل خلالها الأفراد لتحقيق أهداف معينة.

شكل رقم (١)

العناصر الأساسية لعملية الاتصال

المرسل أو القائم بالأتصال ← الرسالة ← الوسيلة ← المستقبل أو المتلقى

التغذية العكسية أو المرتدة أو الراجعة (رجع الصدى)

وخلال العملية الاتصالية تتم عمليات فرعية أخرى تعتبر ضرورية لاستكمال دورة الاتصال بين أطرافها.

فالرسالة ليست شيئاً جامداً، يرسله المرسل إلى المستقبل. ولكنها تكون فى البداية فكرة أو خبرة أو معلومة، يرى المرسل أن انتقالها إلى المستقبل سوف يحقق هدف الاتصال له.

وبعد أن تبلور الفكرة فى ذهن المرسل فإنه يحولها إلى رسالة ذات محتوى يعبر عنه بالجمل أو العبارات أو الكلمات وهى الوحدات اللفظية أو ماتسمى بالرموز اللغوية، أو رموز مصورة أو موسيقية على سبيل المثال، لكنها تتفق بداية مع إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالمستقبل. حتى يمكن إدراك معانيها، فيستجيب إليها بشكل أو بآخر.

وهذه الاستجابة ترتد إلى المستقبل ليدرك من خلالها مدى تأثير الرسالة، وتحقيق هدف الاتصال، فتكتمل دورة العملية الاتصالية.

والعمليات الفرعية التى تحدث خلال العملية الاتصالية، سواء كانت فى جانب المرسل أو المستقبل أو الوسيلة ثم تقويم الأثر، هذه العمليات احتلت جانباً كبيراً من دراسات خبراء الاتصال تمثلت فى عدد من النماذج البنائية والتفسيرية لعملية الاتصال.

العناصر الأساسية
فى
نماذج الاتصال البنائية

النموذج هو عبارة عن بناء شكلى أو صورى، أو رياضى، للعلاقة بين العناصر والتغيرات التى نقوم بدراستها. وذلك للإسهام فى تبسيط المعرفة، وتنظيمها، وشرح الظواهر العملية، ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع.

ومنذ بداية الاقتراب من التقنين العلمى لعمليات الاتصال والظواهر المرتبطة بها، ساهم عدد كبير من الخبراء والباحثين بعدد من النماذج التى تهدف إلى التعريف بعملية الاتصال فى مستوياتها وأشكالها المختلفة وتفسيرها.

ولعل أقرب هذه النماذج إلى الأذهان، النموذج الذى صاغه هارولد لازويل H.lasswell والذى يحدد فيه عناصر الاتصال من خلال الإجابة على الأسئلة الخمسة التى طرحها فى هذا النموذج، وهى[٤]:

من .. ؟ (القائم بالاتصال).

يقول ماذا ..؟ (الرسالة)

بأى وسيلة .. ؟ (وسيلة الاتصال)

لمن .. ؟ (المستقبل أو المتلقى)

بأى تأثير .. ؟ (الاستجابة المستهدفة).

وهذا النموذج استخدمه كثير من الخبراء والباحثين، كقاعدة لبناء نماذج أخرى، بالإضافة إلى اتخاذه أساساً لتصنيف البحوث والدراسات الخاصة بعلوم الاتصال بصفة عامة.

وبجانب النماذج اللفظية الشبيهة بما سيأتى ذكره بعد، هناك عدد آخر من النماذج الرمزية الأخرى التى استحدثت عناصر ومتغيرات جديدة. رأى الخبراء تأثيراتها فى حركة عملية الاتصال وعناصرها.

ونظرا لتعدد هذه النماذج التى يمكن أن تخضع للدراسة التفصيلية فى علوم الاتصال بصفة عامة. فإن من هذه النماذج مايمكن تطويعه للاستفادة منه فى دراسة عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى.

ومن هذه النماذج مايلى: -

تحليل عناصر الاتصال فى نموذج ديفيد بيرلو:

اهتم ديفيد بيرلو D.Berlo. بأربعة عناصر أساسية فقط للاتصال، وهى المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل أو المتلقى. ولم يتعرض إلى رد الفعل أو رجع الصدي. ولذلك فإن الاتصال فى نموذج بيرلو يسير فى اتجاه واحد. إلا أن أهم مايلفت النظر فى هذا النموذج هى العوامل التى ساقها فى تحليله لهذه العناصر. والتى يتوقف عليها نجاح الاتصال أو فشله فى اتجاهه إلى المستقبل[٥].

- فهو يرى أن نجاح الاتصال يتوقف من ناحية **المصدر** على : -

١ - مهاراته الاتصالية التى ترتبط بقدرته على استقبال المعانى والأفكار ووضعها فى رموز incoding , قابلة للتعبير عن هذه المعانى والأفكار سواء فى الحديث أو الكتابة. بجانب قدرته على معرفة وإدراك الرموز التى يستقبلها أثناء القراءة أو الاستماع وتحويلها إلى المعانى المستهدفة decoding وهذه المهارات خاصة بعملية الترميز أى تحول المعانى والأفكار إلى رموز لغوية، أو صوتية أو إشارية.. إلى آخره، تعبر عن المعانى المستهدفة، وماتتطلبه من قدرة على التفكير السليم وتحديد الأهداف بدقة ضماناً لنجاح عملية الترميز.

٢ - وبجانب القدرات الخاصة بعملية التفكير والترميز يتوقف نجاح الاتصال أيضاً من ناحية المصدر على الاتجاهات الإيجابية للمصدر: نحو ذاته، ونحو موضوع الاتصال، وكذلك نحو المستقبل أو المتلقى.

٣ - ويضاف إلى ذلك مستوى المعارف العامة والخاصة لدى المصدر وقدرته على تبسيطها وعرضها فى رسائل اتصالية تتفق مع قدرات ومهارات الفرد المتلقى.

٤ - وكذلك تأثير السياق الاجتماعى والثقافى الذى ينتمى إليه المصدر ، ودوره، ومكانته الاجتماعية فيه.

- أما بالنسبة **للرسالة** فإن نجاح وصولها يرتبط أساساً بالبناء اللغوى لها، وعناصر هذا البناء وتكوينه. وكذلك الرموز اللغوية وغير اللغوية المستخدمة فى هذا البناء. بالإضافة إلى العبارات والمعلومات التى تشكل محتوى هذه الرسالة، والأحكام والنتائج التى تعبر فعلاً عن الهدف من صياغة هذه الرسالة.

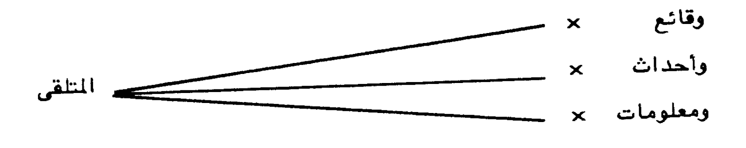
- ويتم اختيار **الوسيلة** فى إطار القدرات والمهارات الخاصة بكل من المصدر أو المرسل، والمستقبل أو المتلقى على التعامل مع هذه الوسائل.

ويتوقف نجاح عملية الاتصال بالنسبة **للمتلقى أو المستقبل** على نفس العوامل الخاصة بالمصدر - السابق ذكرها - وبصفة خاصة مهاراته الاتصالية، وتأثير السياق الاجتماعى والثقافى على المشاركة فى العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها.

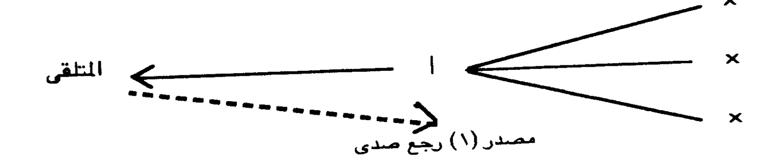
«الأدوار الوسيطة» فى نموذج ويستلى، وماكلين.

أغفل نموذج ديفيد .ك. بيرلو رجع الصدى فى العملية الاتصالية، واهتم بالاتصال فى اتجاه واحد. من خلال العلاقة بين المصدر والمتلقى فقط. ولكن فى نموذج ويستلى، وماكلين B.Westly & M.Maclin كان الاهتمام بجانبين من جوانب العملية الاتصالية والتى تسمح بتطبيق النموذج على الأنواع المختلفة للاتصال[٦]. وهما:

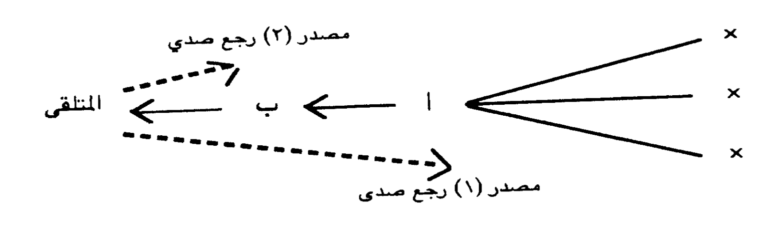
١ - إن المتلقى يتعرض للمعلومات ويختار منها بنفسه مايتفق وحاجاته. فى إطار إدراكه عن صحتها وأهدافها. بجانب مايتلقاه عن مصادر أخرى بصفة مباشرة، أو عن طريق «وسيط» يعتبر فى عملية الاستقبال مصدراً اخر بجانب المصدر الأول، كما توضحها الأشكال التالية:



شكل رقم (٢)



شكل رقم (٣)



شكل رقم (٤)

والشكل رقم (٤) هو الذى يمكن تطبيقه على الدور الذى يقوم به الأفراد فى النظم والمؤسسات المختلفة، فى اختيار المعلومات ونقلها إلى المستقبل أو المتلقى. وتقديرهم لها فى إطار معرفتهم بحاجة المتلقى. وهم من يسمون حراس البوابة gate keeper فى وسائل الإعلام المختلفة.

بجانب إمكانية تطبيقه على الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى حيث يظهر دور الفرد الوسيط فى تحويل المصنف إلى عمل فنى جماهيرى، أو دور المؤدى فى نقل المعانى فى العمل المسرحى أو السينمائى على سبيل المثال، وتأثيره على عملية النقل خلال العرض.

٢ ـ اهتم النموذج أيضاً برجع الصدى، أو التغذية المرتدة أو العكسية ليس إلى المؤسسة أو المنظمة فقط، ولكن إلى المصدر رقم (٢) أيضاً فى هذه العملية. والذى ينقله أيضاً إلى القائم بالاتصال أو المصدر رقم (١) سواء كان رجع الصدى مقصوداً نقله إلى أ (. مصدن رقم ـ ١) أم لا Punrposive-non purposive feed back.

ولم يغفل النموذج أيضاً تقويم المتلقى للرسائل إلى رسائل هادفة أو غير هادفة purposive-non puposive. وكذلك تقويم المصدر لها فى هذا الإطار. من خلال علاقة هذه الرسائل بالتأثير فى إدراك الفرد للوقائع والأحداث أم لا. أو فى إطار علاقتها بالتعرض أيضاً سواء كان مقصوداً أم لا.

أهمية «الخبرة المشتركة» فى نموذج ويلبور شرام.

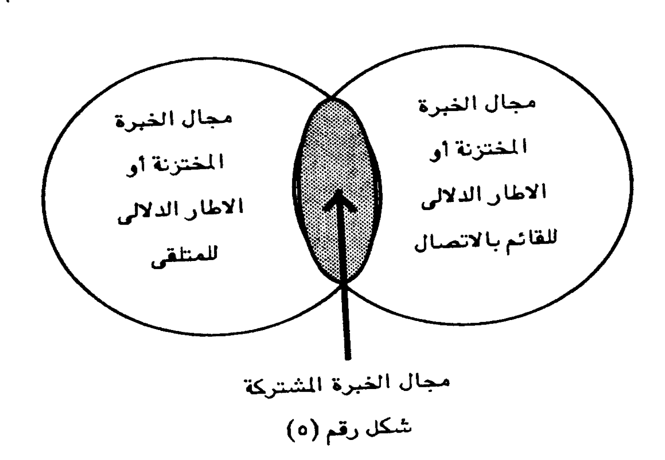
استعار ويلبور شرام W.Schramm عدداً من النماذج السابقة فى بنائه للنموذج الذى قدمه فى عدد من الأشكال المتتالية التى تمثل مرحلة التفسير عند كل من المصدر أو القائم بالاتصال، والمستقبل أو المتلقى. وقيام كل منهما بعملية الترميز بشقيها. وعلاقة عملية الترميز عندكل منهما بمجال الخبرة المختزنة stored experience

لكل منهما، أو الإطار الدلالى Frame of references للمعانى الخاصة بكل منهما. والتى تتأثر كثيراً بالعادات والتقاليد والقيم والمهارات المكتسبة.... إلى آخره، والتى تؤثر بالتالى فى إدراك الأفراد لمعانى الرموز الاتصالية[٧].

وبالتالى فإن نجاح الاتصال يتوقف إلى حد بعيد على اختيار الرموز الاتصالية التى تحمل نفس المعانى المشتركة لدى كل من القائم بالاتصال والمتلقى. وهذه المعانى تتأثر بمجال الخبرة ودلالة المعانى لدى كل منهما.

فإذا ما اختار القائم بالاتصال رموزاً ليست ذات دلالة أو معانى تدخل فى دائرة أو مجال خبرة المتلقى، فإنه سيصعب عليه تفسيرها بنفس المعانى التى يقصدها القائم بالاتصال.

وبذلك فإن صياغة الرسالة فى رموز تدخل فى دائرة الخبرة المشتركة، أو الإطار الدلالى المشترك لكل منهما سيؤدى حتماً إلى نجاح عملية الاتصال (شكل رقم ٥).



شكل رقم (٥)

ومن جانب آخر فإن صياغة الرسالة بما يتفق وحاجات المستقبل أو المتلقى، بحيث تحقق له عائداً من التعرض يتمثل فى تلبية هذه الحاجات. وكذلك اختيار الرموز بما يتفق مع إطار الخبرة ودلالة المعانى الخاصة به، سيقلل من الجهد المبذول فى إدراك معانى هذه الرموز.

وفى هذا الإطار وضع شرام رؤيته لاختيار المتلقى للرسالة فى إطار العلاقة بين العائد المتوقع والجهد المبذول.

ولم يغفل أيضاً فى رؤيته للاختيار، مايمكن أن يشعر به المتلقى من أذى أو عقاب أو توتر إذا تعرض إلى رسائل لاتتفق فى محتواها أو الرموز المختارة مع قيمه أو عاداته الاجتماعية.

$$\text{معامل الاختيار} = \frac{\text{قدر الجزاء} - \text{قدر العقاب}}{\text{الجهد المطلوب}}$$

$$= \frac{\text{العائد المتوقع}}{\text{الجهد المبذول}}$$

والعلاقة بين العائد المتوقع والجهد المطلوب أو المبذول تفسر إلى حد بعيد الترحيب الجماهيرى بالتليفزيون، واستبداله بالذهاب إلى السينما أو المسرح على سبيل المثال.

ولايتأثر الجهد المبذول فى إدراك معانى الأعمال الفنية الجماهيرية، بإدراك معانى الرموز اللفظية فقط - مثل الحوار - ولكن يتأثر بالرموز الأخرى التى تدخل فى بناء هذه الأعمال، مثل الرموز الخاصة باللغة السينمائية التى قد تجهد المشاهد فى إدراكها - لقلة خبرته بها - رغم إدراكه للرموز اللفظية فى الحوار على سبيل المثال.

وبالإضافة إلى ماسبق فإن ويلبور شرام قد اهتم فى نمونجه أيضاً بالتشويش

noiseالذى يؤثر فى نجاح العملية الاتصالية، ويقصد به كل ما يؤثر على عملية الاتصال سلبياً دون قصد من القائم بالاتصال ، مثل الصعوبات الخاصة بالوسيلة أو فى كل جوانبها. أو العوامل التى تؤدى إلى غموض أو عدم وضوح الرسالة أيضاً.

أشـــكال الاتصـــال

يساهم الفرد فى حياته اليومية فى العديد من العمليات الاتصالية - بوصفه مرسلاً أو مستقبلاً فيها - التى تتخذ أشكالاً (أنواعاً أو أنماطا) مختلفة. فنجد أن الفرد يتصل بفرد آخر، أو أكثر من فرد اتصالاً مباشراً. ينقل الخبرة أو المعرفة، أو يتلقى المعلومات والأفكار.. إلى آخره. أو يكون عضواً فى جماعة يستمع إلى محاضرة عامة، أو يشاهد عرضاً موسيقياً، أو يستمع إلى فاصل موسيقى حى.

ومن جانب آخر نجد أن الفرد أيضاً لتحقيق أحد الأهداف الاتصالية يقلب صفحات الصحف، أو مؤشر الراديو، أو التليفزيون، أو يشاهد عرضاً مسرحياً أو سينمائياً.

كل هذه العمليات التى يقوم بها الفرد لإشباع حاجاته الاتصالية، تعبر عن مشاركة فى شكل من أشكال أو أنماط أو أنواع الاتصال بين الأفراد، أو بين الفرد والجماعات، أو بين الجماعات، أو بين الجماهير الغفيرة، أو بين المجتمعات وبعضها البعض. من خلال عدد من الوسائل أيضاً تتفق وشكل أو نمط الاتصال.

والفرد فى مشاركته لهذه العمليات الاتصالية، يقوم بعمليات اتصال ذاتية يناقش بينه وبين نفسه عدداً من الأفكار والموضوعات التى تتطلب منه استجابة ما فى اتجاه معين.

وهذه العمليات الاتصالية تأخذ أحد الأشكال أو الأنواع أو الأنماط التالية:

أولا : الاتصال الذاتي intra personal communication

وهو الاتصال الذي يتم بين الفرد ونفسه، في محاولة لتنظيم إدراكه عن الأشخاص والأشياء، والأحداث والمواقف التي يتعرض لها. أو حول مايتعرض له من معلومات أو أفكار أو آراء. باعتبارها منبهات stimulants أو مثيرات، تتطلب منه استجابة response بشكل معين أو في اتجاه معين.

وهذا الشكل من الاتصال هو الذي يسمح للفرد أن يتخذ قراراته، بناء على المعلومات التي يستقبلها عن طريق حواسه(٨).

وعلى سبيل المثال عندما نسمع أو نشاهد عملاً فنياً من خلال الراديو أو التليفزيون أو السينما أو العرض المسرحي، فإن حواس الأذن والعين هي التي تستقبل هذه المعلومات، وترسلها إلى المخ. الذي تتم فيه عملية تقييم الرموز التي استقبلتها الحواس، وإضفاء المعاني الذاتية عليها. فيتخذ قراره بقبول الاستمرار في الاستماع أو المشاهدة، أو رفضها. فيعطي أوامره إلى الجهاز الحركي لتغيير المحطة أو غلق الجهاز على سبيل المثال.

وفهم هذه العملية التي تحدث بين الفرد ونفسه، هو أساس فهم عملية الاتصال. ذلك أن رد الفعل reaction تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال الاتصال الأخرى يتوقف على ناتج هذه العملية التي تحدث ذاتياً في جميع المواقف. وتتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التي يتعرض لها الفرد في عملياته الانفعالية.

بالإضافة إلى أن هذه العملية أيضاً بالشكل المشار إليه، تتم فى مرحلة مبكرة من العمليات الاتصالية التى تتم مع الآخرين. حيث يقوم الفرد من خلال الاتصال الذاتى بالتعرض والملاحظة للعديد من الأشياء والرموز التى يتأثر بها فى بناء رسائله الاتصالية، ويتأثر اختياره لرموز هذه الرسائل أيضاً بما لديه من مخزون معرفى وإدراكى حول فكرة الرسالة وموضوعها وأهدافها، وفكرته أيضاً عن الفرد المتلقى. وهذه كلها تتم خلال عملية الاتصال الذاتى بين الفرد ونفسه، قبل أن يقوم بالاتصال بالاخرين.

ثانيا: الاتصال المواجهى face to face communication

وهو الشكل الذى يتم بين الأفراد مواجهة، سواء كان بين فردين، أو بين فرد وآخرين. ولذلك ينقسيم هذا الشكل إلى شكلين فرعيين آخرين. هما:

١ - الاتصال الشخصى: interpersonal communication

وهو الاتصال الذى يتم بين فرد وآخر، خلال أية عملية من العمليات التى تتم فى حياتنا اليومية، داخل الأسرة، أو بين الزملاء، وبين الأصدقاء...إلى آخره. وهو يتم بين الأفراد إما مباشرة أو من خلال وسائل اتصال أخرى مثل الهاتف على سبيل المثال.

٢ - الاتصال الجمعى : group communication

وهو الذى يتم بين فرد وآخرين، أو مجموعة من الأفراد، قد لايعرفون بعضهم، أو تجمع بينهم خصائص أو سمات مشتركة، ولكنهم يشتركون معاً فى الموقف الاتصالى، ويلتقون مباشرة مع القائم بالاتصال.

وهذا الشكل نجده فى الندوات أو المحاضرات العامة على سبيل المثال.

ويتميز الاتصال المواجهى (الشخصى أو الجمعى) بالخصائص التالية: -

١ - تزداد ثقة الأفراد فيمن يعرفونهم، ويقابلونهم وجهاً لوجه، وبالتالى يكون احتمال

تأثير المرسل أو القائم بالاتصال كبيراً فى الاتصال الشخصى أو الجمعى.

٢- نتيجة لهذه المعرفة الشخصية، فإن تأثير القائم بالاتصال أو المرسل كشخص يضاف إلى تأثير الفكرة أو الرسالة ورموزها. فيزيد من الأثر العام للاتصال فى الاتجاه المؤيد لموضوع الاتصال.

٣- فى الاتصال المواجهى تتوافر إمكانية حدوث الاتصال فى اتجاهين. من المرسل إلى المستقبل بالنسبة للرسالة، ومن المستقبل إلى المرسل بالنسبة لرجع الصدى أو التغذية العكسية. وبالتالى يمكن للمرسل أن يتعرف على استجابة المستقبل بالنسبة للرسالة مباشرة وأثناء عملية الاتصال.

٤- يوفر الاتصال المواجهى درجة عالية من المرونة فى العملية الاتصالية، حيث يمكن أن يعدل المرسل من رموز الرسالة، أو الوسيلة، بالشكل الذى يحقق أهداف الاتصال. ويتحقق هذا نتيجة المراقبة المباشرة والسريعة لاستجابة المستقبل التى تظهر فى رجع الصدى أو التغذية العكسية.

ثالثا: الاتصال الجماهيرى (الاتصال بالجماهير) mass communication

ويتميز الاتصال الجماهيرى بالتنوع فى الرسائل، وتقنيات الوسائل، وجماهير المتلقين بالإضافة إلى التأثيرات المختلفة (٩).

وعادة مايتم تعريفه من خلال هذه المعالم المتعددة، فالاتصال الجماهيرى هو: تلك العملية التى يقوم فيها القائم بالاتصال، ببث رسائل مستمرة ومتعددة، من خلال الوسائل الأليكترونية والآلية، إلى عدد كبير ومنتشر من المتلقين فى محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة (١٠)، وارتبطت التعريفات الخاصة بالاتصال الجماهيرى، بتعريف جمهور المتلقين mass audience الذى يتميز بضخامة العدد، والانتشار، وعدم التجانس hetrogeneous بالإضافة إلى عدم اتصاله مباشرة بالقائم بالاتصال، وبالتالى عدم

معرفته بهذا الجمهور. بالإضافة إلى تميزه بالقدرة على التواصل الاجتماعي، ونشاطه وإيجابيته في العملية الاتصالية. وهو مايميز جمهور المتلقين في الاتصال الجماهيري، عن الحشد أو الجمهرة mass التي كان يرى الخبراء من قبل في خصائصهم وسلوكهم العفوي خصائص لجمهور الاتصال الجماهيري . وهو ما يسرد تفصيلاً في الفصل الرابع من هذا الكتاب.

ويمكن تحديد خصائص الاتصال الجماهيري في الآتي:-

١- إنه يتوجه إلى عدد كبير جداً من الأفراد، لايمكن الوصول إليهم من خلال الاتصال الشخصي أو الجمعي.

٢- نتيجة لانتشار الجمهور المتلقي للرسائل في الاتصال فإنه يصعب الاتصال المواجهي، وذلك يفرض استخدام الوسائل الآلية أو الأليكترونية في بث الرسائل الاتصالية إلى هذا الجمهور الضخم المنتشر. وتتمثل هذه الوسائل في وسائل الاتصال الجماهيري، المطبوعة، والمذاعة بأنواعها.

وهذه تحتاج إلى جهود فكرية ومادية لصياغة الرسائل الاتصالية بما يتفق مع طبيعة هذه الوسائل وتقانياتها.

٣- نتيجة لهذا، يصعب على المرسل أو القائم بالاتصال التعرف على استجابة المتلقين مباشرة. لانعدام رجع الصدى أو التغذية العكسية. وبالتالي فإن هذا الشكل من الاتصال يعتبر اتصالاً في اتجاه واحد فقط.

٤- يترتب على ماسبق، عدم قدرة القائم بالاتصال على تقويم رد فعل للرسالة أو موضوع الاتصال أثناء عملية الاتصال. ولكن ذلك يتم في فترات لاحقة من خلال البحوث والدراسات الميدانية لنتائج وأثر الاتصال الجماهيري.

٥- إن السيطرة على العملية الاتصالية تكون في يد المستقبل أو المتلقي أكثر، لأنه

هوالذى يختار وسيلة الاتصال الجماهيرى، وموضوع الاتصال. ويتحكم فى عملية الاستقبال بالطريقة التى تتفق مع سماته العامة، والاجتماعية، وحاجاته، ودوافعه من الاستقبال.

وهذا يخضع لتأثيرات عدد من القوى الاجتماعية والنفسية الخاصة بالمتلقى فى علاقته بعناصر العملية الاتصالية. التى لايمكن للقائم بالاتصال إدراكها مباشرة خلال الموقف الاتصالى، كما سيأتى تفصيلاً فيما بعد.

وبالإضافة إلى التقسيم السابق لأشكال وأنماط الاتصال. هناك تقسيمات أخرى لأشكال الاتصال بناء على معايير عديدة وضعها خبراء الاتصال منها على سبيل المثال لا الحصر:

التقسيم بناء على أسلوب تبادل الرسائل:

- الاتصال الشفوى.
- الاتصال المكتوب أو المطبوع.
- الاتصال المرئى[11].

التقسيم بناء على استخدام الرموز:

- الاتصال اللفظى أو اللغوى.
- الاتصال غير اللفظى.

التقسيم بناء على استخدام الحواس:

- الاتصال المسموع.
- الاتصال المرئى.
- الاتصال المرئى المسموع.

التقسيم بناء على وظائف الاتصال:

- الاتصال الإعلامى.
- الاتصال التعليمى.
- الاتصال الثقافى.
- الاتصال الإعلانى.
- الاتصال الترفيهى.

التقسيم بناء على مجالات الاستخدام:

- الاتصال فى المجالات الاجتماعية.
- الاتصال فى المجالات التعليمية.
- الاتصال فى المجالات الإدارية.

....

وتثير التقسيمات السابقة ضرورة التفرقة بين عدد من الوظائف التى يقوم بها الاتصال فى المجتمع، والتى تستخدم فيها الأشكال المختلفة للاتصال السابق ذكرها. والتى كثيراً ماتتردد فى كتابات ودراسات خبراء الاتصال.

الإعلام:

ويلخص هذا المفهوم الوظيفة الأولى التى ساقها هارولد لازويل فى تحديده لوظائف الاتصال فى المجتمع. والتى تتمثل فى مراقبة البيئة. والتعرف على الأخطار المحيطة بها. وتمثل حاجة الفرد إلى معرفة كل مايدور حوله من وقائع أو أحداث وشرحها وتفسيرها، والكشف عن نتائجها. وتلبى هذه الوظيفة فى نفس الوقت حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف واكتساب المهارات الجديدة التى تساعده على اتخاذ قراراته فيما يتعلق بالأمور العاجلة أو الآجلة. وكذلك حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف التى تلبى

حاجته إلى الأمن والاستقرار من خلال الكشف عما يحيط به من مخاطر مباشرة أو غير مباشرة. بالإضافة إلى حاجته إلى دعم مكانته الاجتماعية، وتقدير الذات من خلال اكتساب المعارف التى تدعم دوره الاجتماعى، ومركزه بين الجماعة أو المجتمع.

وقد عرف الخبراء الإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التى تساعدهم على تكوين رأى عام صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم، وميولهم(١٢).

ولذلك فإن أهم مايميز وظيفة الإعلام هو الصدق حيث يستهدف الإعلام تقديم الحقائق المجردة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية. ويعتمد الإقناع فيها على تقديم الحقائق والعرض الموضوعى لها.

- الدعاية :

ولاتتطلب الدعاية الاعتماد على الحقائق، وإن كانت تستهدف استمالة الجماهير إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء المقصودة. فهى تحاول التأثير فى الميل السلوكى لهذه الجماهير بوسائل عديدة، منها مخاطبة العواطف، والغرائز، والمصالح، لتحقيق أهداف عادة مايكون مشكوكاً فيها. ولذلك فهى لاتعتمد على الحقائق وحدها أو الاستمالات المنطقية، ولكنها تستخدم بجانبها الاستمالات العاطفية لتحقيق هذه الأهداف.

ولذلك فإنها تعرف بأنها مجموعة الجهود المخططة التى تستهدف التأثير فى اتجاهات أو آراء الغير إلى الاتجاهات المؤيدة. من خلال توظيف عدد من القوى الضاغطة على الفرد لتغيير آرائه، أو توجيه سلوكه فى الاتجاهات المقصودة.

ولذلك فإنها تختلف عن الإعلام، فى أن الإعلام هو التعبير الموضوعى عن الواقع الفعلى، بينما لايشترط فى الدعاية أن تخاطب هذا الواقع، بل يمكن أن تخلق واقعاً

جديداً من خلال التأثير فى عقول وعواطف الجمهور، يؤدى إلى التأثير فى آرائهم أو اتجاهاتهم، ولذلك فإن الدعاية تحاول أن تصل إلى أهدافها بطرق أخرى غير التتابع المنطقى لعرض الأفكار أو الآراء، وهذا التتابع كان يمكن أن يصل إلى أهداف أخرى غير الأهداف الدعائية.

ولذلك فإنه كثيراً ما لايتم الكشف عن الأهداف الدعائية بصراحة.

ـ الدعوة:

لفترة طويلة كان يتم الخلط بين مفهومى الدعاية والدعوة، إلا أن الممارسة الفعلية أثبتت التباين الواضح بين المفهومين. فالدعاية فى سبيل الوصول إلي أهدافها يمكن أن تلجأ إلى تشويه الحقائق، وتزييف الوعى والمعرفة. أما الدعوة فهى تتجه إلى العقل فى إعلانها عن المبادىء السامية والتعبير عن العقائد والأفكار، وتستهدف الإيمان بها بتقديم الحقائق والاعتماد على التواصل المنطقى فى عرضها والإقناع بها، والتمسك بها.

ولذلك ارتبط مفهوم الدعوة بالحقائق الدينية، والأفكار الإصلاحية، التى تتجاوز مجرد تغيير الاتجاه، إلي التمسك بهذه الحقائق والأفكار ودعمها، واعتبارها مرشداً للسلوك الإنسانى ودليلاً لتقويمه.

ـ الإعلان :

وإذا كان كل من الاعلام والدعاية والدعوة تعتبر جهوداً مقصودة وتعتمد فيما تعتمد على الجهود الشخصية، ويتم القيام بها دون مقابل مدفوع. فإن الإعلان يعتبر جهوداً غير شخصية، ومدفوعة، لعرض الأفكار والآراء، وتفسيرها. بجانب استخدامه بشكل واضح فى الجهود الترويحية للسلع والمنتجات. من خلال وسائل الاتصال المختلفة. معتمدة فى ذلك على استمالة العواطف والغرائز بالدرجة الأولى لتوجيه الأفراد إلى

السلوك المؤيد أو المحابى للفكرة أو الرأى، أو المنتج والسلعة. باعتبارها هدف المعلن من الاتصال الإعلانى.

وسائل الاتصال

وسيلة الاتصال هى الوسيط channel, mediem الذى ينقل الرموز التى تحتويها الرسالة إلى المستقبل أو المتلقى بطريقة واضحة ومفهومة.

وقديماً اعتمدت التجمعات البشرية على الإشارات أو الدخان أو النار أو الطبول، فى نقل الرسائل بين القبائل والجماعات، أو التحذير من الأخطار المختلفة، قبل ظهور اللغة ورموزها بين هذه التجمعات. فكانت هذه الوسائل البدائية من وسائل الاتصال التى تناسب هذه العصور، وتسهم فى تحقيق التفاعل والمشاركة بين هذه التجمعات، كهدف من أهداف الاتصال فى ذلك الوقت.

ومع ظهور اللغة، وتعقد الحاجات الإنسانية التى فرضت على الإنسان التوسع فى عملياته الاتصالية، بدأ فى تطوير وسائل الاتصال، حيث لم تفِ اللغة فى ذاتها إلا فى الحوار المباشر والاتصال الشخصى، ولكنها لم تساعد فى ذاتها على التواصل مع الآخرين، وتبادل الأفكار ونشرها عبر المسافات البعيدة.

ولذلك تطورت وسائل الاتصال مع تطور المجتمعات حتى انتهى علماء الاتصال إلى تقسيم الحضارات التاريخية فى تسلسلها، من خلال تطور وسائل الاتصال وانتشارها كالآتى (١٣): -

- الحضارة السمعية :

وتلك التى عاصرت الاتصال الإنسانى فى مرحلته الشفهية البحتة، عندما كانت

الأصوات هى الوسيلة المتاحة للاتصال داخل الدوائر المحدودة للفرد، الذى كان يعيش منعزلاً أو فى جماعات محدودة العدد فى مساحات محدودة ومتقاربة من الأرض. ولايحتاج الفرد فيها إلا إلى أدوات لتمييز الأصوات البشرية، وأصوات الحيوانات أو الطيور ليحدد من خلالها اتجاه معيشته ودوائر أمنه. وكانت الأصوات والإشارات المسموعة «قرع الطبول مثلاً» هى الوسائل المتاحة للتحذير من الأخطار أو تأمين الحركة والانتقال سعياً وراء الأمن والغذاء.

وفى هذه الحضارة السمعية لعبت الأصوات الموسيقية دوراً هاماً فى تعزيز الاتصال، وتحقيق الوحدة بين أحاسيس البشر، ومختلف عناصر الحياة، وتمكنت من التعبير عن الفرد وعن الجماعة فى تنسيق ووحدة، ثم كانت أيضاً وسيلة رئيسية للعبادة وشحن الأحاسيس، ودفع لحركة البشرية وتنظيمها [١٤].

وتقابل الأصوات الموسيقية، الكلمات فى اللغة المنطوقة، وتشاركها فى نقل المعانى والأفكار بين الأفراد، وتشاركها أيضاً فى نفس الصفات الفكرية عن طريق مفرداتها اللغوية أو الصوتية السمعية[١٥].

وبذلك شاركت الأصوات والموسيقى، الألفاظ المنطوقة فى تشكيل حضارة هذا العصر.

- الحضارة الكتابية:

وهى المرحلة التى صاحبت محاولات الإنسان تسجيل الرموز اللغوية، بناء على المعانى التى تجسدها، والتى تم الاتفاق عليها بين أفراد المجتمع الواحد، أو المجتمعات المتجاورة. وكانت المجتمعات قد انتقلت إلى شىء من التنظيم والاستقرار، فاستخدمت الكتابة فى الاتصال بين الأفراد، وأصبحت المخطوطات والمحررات وسائل أساسية للاتصال. حتى مع التباعد النسبى بين الجماعات والمجتمعات.

وفرضت الكتابة البحث فى الوسائل التى تكتب عليها الرسائل الاتصالية، فاستخدمت أوراق النباتات، وجلود الحيوانات، والكتابة على الجدران والأعمدة فى المعابد فى الحضارات القديمة. حتى تم اختراع الورق الذى سهل استخدام المخطوطات والمحررات بكميات كبيرة نسبياً. ونقل العرب صناعته عن الصينيين إلى أوربا أثناء الخلافة العباسية.

- الحضارة الطباعية:

وهى التى اقترنت باختراع الحروف المتحركة فى الطباعة، ووضعها فى تجاور لتشكيل الكلمات والجمل والسطور، التى تحمل المعانى المراد توصيلها إلى الأفراد. وطباعة هذه السطور على الورق فى كميات كبيرة يمكن توزيعها ونشرها على عدد كبير من الأفراد.

وبذلك صاحب هذا الاختراع واستخدامه فى إصدار الصحف فى القرن الخامس عشر الميلادى، ظهور وسائل الاتصال الجماهيرى بالمعنى الاصطلاحى الذى قدمناه من قبل.

- الحضارة السلكية واللاسلكية:

وهى التى صاحبت اختراع التليفون والبرق، ثم الراديو والسينما والتليفزيون. فساعدت على الاتصال بين الأفراد والمجتمعات متخطية المسافات البعيدة التى تفصل بينهم.

وفى ظل هذه الحضارة، التى نعاصرها ونعاصر تطوراتها. لم يعد العالم مناطق متباعدة، وإنما أصبح بفضل تطور هذه الوسائل عبارة عن قرية صغيرة، يمكن معرفة مايدور فى أطرافها بالصوت والصورة فى نفس الوقت.

ويعتبر الاتصال بواسطة الأقمار الصناعية Satellit communication قمة

التطور التقنى فى الاتصال اللاسلكى الذى زاد من تقريب المسافات وأسقط الحواجز بين أطراف العالم ودوله.

ومن خلال هذا التتابع فى نشأة وسائل الاتصال، يمكن معرفة تطورها، الذى جاء ضرورة لمواكبة تطور المجتمعات ونموها فى تنظيم وبناء العلاقات بين أفرادها، وبين غيرها من المجتمعات.

تقســـيمات
وسائل الاتصال

هناك تقسيمات متعددة لوسائل الاتصال، بناء على عدد من المعايير، إلا أن أكثر هذه التقسيمات استخداماً فى علاقتها بالمفاهيم السائدة، وحركة العملية الاتصالية، هو التقسيم على أساس الحواس المستخدمة الذى يفرق بين وسائل الاتصال كالآتى:

- **الوسائل السمعية:** التى تعتمد على حاسة السمع وحدها فى استقبال الرسائل. مثل الحديث والحوار باستخدام الهاتف، ومكبرات الصوت، والإذاعات الداخلية، والراديو.
- **الوسائل البصرية (المرئية)** والتى تعتمد على حاسة البصر فى استقبال الرسائل، وتعتمد أيضاً على قدرة الأفراد على القراءة. مثل المطبوعات والمحررات بأنواعها والشرائح الفيلمية المصورة وغيرها.
- **الوسائل السمعية البصرية (المسموعة المرئية)** وهى التى تعتمد على حاستى السمع والبصر معاً فى استقبال الرسائل، مثل عروض المسرح والموسيقى، والبرامج والأفلام التليفزيونية، والسينمائية.

وكذلك التقسيم على أساس شكل الاتصال أو نوعه:

- وسائل الاتصال المواجهى.
- وسائل الاتصال الجماهيرى.

وسائل

الاتصال المواجهى:

وهى الوسائل التى تتفق مع طبيعة عملية الاتصال الشخصى والجمعى وخصائصه، وتوفر فى نفس الوقت العوامل التى تميز هذه الأشكال للاتصال، ويتصدرها تجسيد رد الفعل الفورى أو التغذية العكسية التى يجب أن يدركها المرسل أو القائم بالاتصال، وكذلك توفير المرونة التى يجب أن يتمتع بها فى تعديل الموقف الاتصالى تبعاً لرد الفعل أو اتجاه استجابة المستقبل.

وبصفة عامة يجب أن يتوافر فى وسائل الاتصال الشخصى والجمعى مايلى : -

- السيطرة الفورية على أعدادها وتشغيلها، بحيث يسهل التخلص من أى صعوبات تتسبب فى عدم وصول الرسالة بطريقة سهلة وواضحة. والتي يشار إليها بمفهوم التشويش noise فى العملية الاتصالية، مثل الأعطال الكهربائية فى الوسائل السلكية أوعدم كفاءتها فى نقل أو تكبير أصوات المتحدثين. أو سهولة التشويش الخارجى عليها أثناء العمل والتشغيل.
- **ألا تحول دون الملاحظة المباشرة من كل أطراف عملية الاتصال للأطراف الأخرى. والتى تعتبر مكملة لعملية الاتصال، فيما يتعلق بزيادة وضوح الرسالة وإدراك معانيها، أو ملاحظة استجابة المستقبل وتقويمها.**

وذلك بالإضافة إلى العوامل الخاصة بالاتفاق مع جدوى العملية الاتصالية من ناحية الوقت، والنفقات، والسرعة فى تحقيق الاتصال بين أطرافها.

وتعتبر الوسائل التالية أكثر وسائل الاتصال شيوعاً فى الاستخدام فى الاتصال المواجهى:

- الحوار أو الحديث المباشر بين شخصين أو أكثر، ويعتبر أكثر الوسائل المستخدمة فى التأثير، لاعتماده على الثقة بين الأشخاص.

الحديث أو المناقشة المباشرة بين أعضاء الجماعة، والذى يتخذ أحد الأساليب الآتية:

* الندوة أو حلقات المناقشة العلمية.
* المحاضرة.
* اللقاءات الرسمية وغير الرسمية والاحتفالات والاستقبالات.

- وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية التى تستخدم بين فردين أو أكثر، أو عدد محدود من الأفراد. مثل الهاتف الداخلى أو الخارجى، أو البرق. وإن كانت الأخيرة لاتسمح إلا بالرسائل القصيرة والمركزة. ولكنها تحقق وظائف اتصالية فى حدود إمكانيات استخدامها.
- أجهزة الإذاعة المحلية أو الدوائر التليفزيونية المغلقة، التى تصل مركز البث مع أجهزة الاستقبال المتعددة. وتستخدم بتوسع فى الأغراض التعليمية والمؤتمرات، ويعتبر الاتصال التليفونى مكملاً للدوائر المغلقة لنقل استجابات المتلقين أو المستقبلين إلى مركز البث والإذاعة.
- المحررات والمخطوطات والرسائل التحريرية بصفة عامة.
- الشرائح الفيلمية المصورة، وأجهزة العرض العادية، والعلوية، والسينمائية، والتى تعرض الرسوم فقط، أو الرسوم المتحركة، أو الأفلام السينمائية. والتى تسهم فى عرض وشرح وتفسير الرسائل الاتصالية بين أفراد الجماعات، وفى الموضوعات

التى تحتاج إلى ذلك.

واختيار وسيلة أو أخرى من هذه الوسائل يرتبط بطبيعة الموقف الاتصالى واحتياجاته. ولايعنى استخدام وسيلة معينة أن تغنى عن استخدام الأخرى فى نفس الوقت. ولكن هناك العديد من المواقف الاتصالية التى تستخدم فيها أكثر من وسيلة معاً، مثل المحاضرة الشفوية واستخدام الشرائح المصورة معها لزيادة الإيضاح والتفسير، وهذا لايتعارض مع الاستخدام الأمثل للوسيلة بما يتفق مع حاجة وأهداف العملية الاتصالية

وسائل الاتصال الجماهيرى

مع ضخامة أعداد المستقبلين أو المتلقين فى الاتصال الجماهيرى وانتشارهم، أصبحت هناك ضرورة لاستخدام وسائل تنقل الرسائل الاتصالية المتنوعة، إلى هذه الأعداد الضخمة. والمنتشرة عبر مسافات جغرافية متباعدة. وأن يكون إنتاج هذه الوسائل إنتاجاً جماهيرياً mass production يتيح لكل الأفراد ـ بقدر الإمكان ـ امتلاكها، وتناسب تكلفة اقتنائها مستويات الدخول السائدة لهؤلاء الأفراد.

ويمكن تصنيف وسائل الاتصال الجماهيرى، تبعاً لمعيار الحواس المستخدمة كالآتى:

ـ الوسائل البصرية «المرئية» أو الوسائل المقروءة.

ومنها المطبوعات بأنواعها كالكتب، والجرائد والمجلات، والكتيبات، والنشرات، والمطويات، ويشترط فى هذه الوسائل أن تطبع بكميات كبيرة بغرض التوزيع والنشر.

ويلاحظ أن هذه الوسائل تناسب الفئات المتعلمة فقط. وتتميز بأنها تصلح فى

الاستخدام مع الرسائل الطويلة والمواد الصعبة. وتتيح للقارىء السيطرة عليها بالطريقة التى تناسب عاداته فى القراءة من حيث الوقت والمكان المناسب. كما أنها تتيح له أيضاً فرصة استعادة القراءة والاطلاع والاحتفاظ بموادها حسب الحاجة إليها.

- الوسائل السمعية «الراديو».

وهذه الوسيلة تناسب الأميين، بالإضافة إلى كل المستويات التعليمية. ولذلك تستخدم فيها اللغة الواضحة والسهلة، والعبارات القصيرة البسيطة، وتساعد على تذكر المواد البسيطة، ولاتحتاج جهداً من المستمع، أو تفرغاً للاستماع. وتتيح له الاستماع فى جميع الأوقات. بالإضافة إلى حرية انتقاء الإذاعات أو المحطات الإذاعية التى تلبى حاجاته أو تتفق مع اهتمامه واتجاهاته.

ويمتاز الراديو بأنه يصل إلى مسافات بعيدة فى وقت قصير، متجاوزا بذلك الحدود السياسية والجغرافية.

وفى تأثير الراديو يعتبر الراديو من الوسائل التى تستخدم حاسة واحدة. ولاتحتاج إلى جهد كبير من المستمع للمشاركة، أو قدر كبير من الخيال، فهى تمد المستمع بالمواد بدرجة كبيرة من الوضوح، ولذلك يصنفه مارشال ماكولهان M.Macluhan من الوسائل الساخنة hot والتى تصلح فى عرض المواقف والشخصيات غير الهادئة، فتنجح فى الإثارة والتفاعل مع هذه المواقف أو الشخصيات، مثل شخصيات هتلر خلال حكمه لألمانيا.

على عكس التليفزيون الذى يعتبر من الوسائل الباردة أو الهادئة cold التى تحتاج من المشاهد إلى جهد كبير فى استكمال المواد التى قدمها، وبالتالى تحتاج إلى قدر كبير من الخيال، وتحتاج إلى استخدام عدد من الحواس التى يجب أن يعمل على تحقيق التوازن بينها.

ووضوح المادة التى يقدمها الراديو - مثل المادة المطبوعة - تبعدها عن المستمع، لأنها لاتحتاج منه إلى جهد فى استكمالها والاندماج معها. على عكس التليفزيون، الذى يقرب إلى المشاهد الموضوعات والمواقف والشخصيات، بما يتطلبه من جهد فى المساهمة واستكمال الصورة، لزيادة وضوحها وإدراكها. ولذلك فإنه يقرب إلى المشاهد هذه المواقف والشخصيات ويجعله يندمج معها. ولذلك لاينجح فى العرض من خلاله المواقف أو الشخصيات التى تؤدى إلى الاختلال فى توظيف الحواس لاستكمال النقص والمشاركة والاندماج فى الموقف. ولذلك فإنه فى المواقف الساخنة يكتفى بالتعامل مع حاسة واحدة، مثل الاكتفاء بالصورة والحركة فقط فى الحروب والمظاهرات والحوادث والكوارث. وكذلك بالنسبة للشخصيات الساخنة التى قد تحرك حاسة واحدة على حساب الأخرى خلال العرض التليفزيونى. ولذلك ماكان ينجح هتلر فى أسلوبه لو كان قد اخترع التليفزيون واستخدم وقتئذ[١٦].

- الوسائل السمعية البصرية (السينما والتليفزيون).

وهى التى تعتمد على الصوت والصورة فى عرض الرسائل الاتصالية إلى أعداد المشاهدين. وتعمل على استثارة أكثر من حاسة للمتلقى. وتتطلب منه جهداً كبيراً فى المشاركة، واستكمال النقص فى عرض الأعمال المعروضة خلالها. وبالتالى قدراً كبيراً من الخيال بالنسبة للمتلقى كما سبق أن ذكرنا من قبل.

ويختلف التليفزيون عن السينما فى أنه يحقق مزيداً من الألفة مع الشخصيات والمواقف نظراً لصغر الشاشة، واقترابها من المشاهد التى تؤدى إلى اقتراب المواقف والشخصيات إلى المشاهد فتتوافر خصائص الاتصال المواجهى الذى يؤدى أكثر إلى التفاعل والمشاركة وتحقيق الأثر. ولذلك فنادراً مايقدم التليفزيون فى أعماله أعدادا كبيرة من الشخصيات أو ازدحاما فى المواقف، مثل السينما التى تعتمد على الشاشة

الكبيرة واللقطة المكبرة فى تجاوز الصعوبات الخاصة بازدحام المشاهد أوالمواقف. كما يختلف عن السينما أيضاً فى ظروف التعرض والمشاهدة نظراً لتأثير قاعات العرض التى تختلف عن التعرض في المنازل.

وتستفيد هذه الوسائل بكافة الرموز فى توصيل الرسائل المصورة إلى المشاهد، مثل الحوار والصورة والموسيقى والإضاءة ... إلى آخره - كما سيأتى تفصيله بعد - بحيث أصبحت تجمع بين عدد من مزايا أساليب الاتصال المختلفة ووسائلها.

وعملت الأقمار الصناعية على زيادة فعالية التليفزيون وتجاوزه للحدود والمسافات، بحيث أصبحت تمثل ثورة فى الاتصال، تصل بين المجتمعات وبعضها متجاوزة الحدود الطبيعية والسياسية، وكان لها تأثيرها فى التبادل الثقافى بين الشعوب، وإذا كان يؤخذ على الوسائل السمعية والبصرية من قبل القيود التى تضعها على المشاهد فى الانتقاء والتحكم بما يوافق ظروف المشاهدة. فقد أدى اختراع أجهزة التسجيل «الفيديو» إلى أن يتجاوز المشاهد هذه الصعوبات بحيث ييسر الاختيار والتسجيل وإعادة العرض فى الظروف والوقت الملائم.

ويعمل العرض المسرحى والموسيقى الحى على زيادة فاعلية الاتصال، حيث يكون الممثلون أو المؤدون وجهاً لوجه أمام جمهور المتلقين، ويتوافر في العرض الكثير من خصائص الاتصال المواجهى، على الرغم من العرض الجماهيرى.

ويضاف إلى الوسائل السابقة بأنواعها، المعارض التى تقوم بدور فى عرض الأعمال الإبداعية التشكيلية، والمتاحف التى تسهم فى تحقيق وظيفة نقل التراث وتعريف الأجيال الجديدة به. بالإضافة إلى الوسائل الإعلامية والإعلانية التى يتم عرضها فى أماكن ظاهرة من الطرق والمواصلات مثل الملصقات وإعلانات الطرق. وعادة ماتستخدم هذه الوسائل مع بعضها فى تكامل تام لتحقيق حاجات الفرد والمجتمع من التعرض لها فى **إطار عملية الاتصال الجماهيرى.**

هوامـــش

الفصل الأول

١- للاستزادة فى تعريفات الاتصال، راجع بالتفصيل

- جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الاتصال، ط٢، القاهرة:

دار الفكر العربى ١٩٧٨. ص.ص٤٩- ٥٦

John C,Merril and Ralph L, Lowenstein, Media, Message and men., 2 end edition., New York: Longman 1979 pp 3-8.

2. E.C. Eyre, Effective Communication., London: Heine man 1979p.4.

٣- للاستزادة، راجع بالتفصيل:

- جيهان رشتى: مرجع سابق، ص.ص ٦٤- ٦٨.

- محمد عبد الحميد: وسائل الاتصال الإدارى، المملكة العربية السعودية:

إدارة التطوير التـــربوى- وزارة المعـــارف ١٩٨٨، ص.ص ١٢-١٤

- محمد عبد الحميد: وسائل الاتصال المطبوعة، فى: على عجوة وآخرون:

مقدمة إلى وسائل الاتصال، جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩، ص.ص. ٢٣٥-٢٣٨.

- محمد محمد البادى: وسائل الاتصال الجماهيرى والمجتمع، المرجع السابق ص.ص ٦٠- ٦٢.

- Horold D. Losswill., The Structure and Function of Communication in Society., In: Wilbur Schramm (ed) Mass Communication 2 end edition., Urbana: University of Illinois press 1960 p.118.

- Wilburn Schromm : The nature of Communication Between Mumans., In : Wilbur Schramm and Donald F. Raberts (eds). The Prosses and Effects of Mass communication. 3rd edition, Urbana : University of Illinois Press 1975 p.p. 3-53.'

- Charles R. Wright., Mass communication: A Socioiogical perspective., 2nd edition., New York: Rondon Hous 1975 p.9.

4- Harold D. Lasswill. ap. cit p. 117.'

5. Bruce Westley and Maclolm Maclean., A Conceptual Model for Communication Research., Journalism Quarterly Vol 34 1957- 1 pp 31- 38.'

٧- راجع بالتفصيل:

- Wilbur Schramm, Op. Cit.

- Wilbur Schramm., Men, Mwssage and Media : A look at Human Communication., New York: Harber & Row, Pulshisher 1973 p.p 41- 44.'

Publisher., 1973 P.P44,41

8. John R. Bittner., Mass communication: An Introduction., 2nd edition., New Jersey: L Prentic. Hall 1980 pp.8-9.

9 Melvin L.Defleur and Everette E. Dennis., Understanding Mass communication., London: Houghton Mifflin Company 1981 p.6.

10. Ibid p.ll

11. E.C. Eyre,., Op.Cit. p,3.

١٢ ـ إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير ط ٢، القاهرة : الأنجلو المصرية ١٩٧٥ ص ١١.

١٣ ـ راجع بالتفصيل:

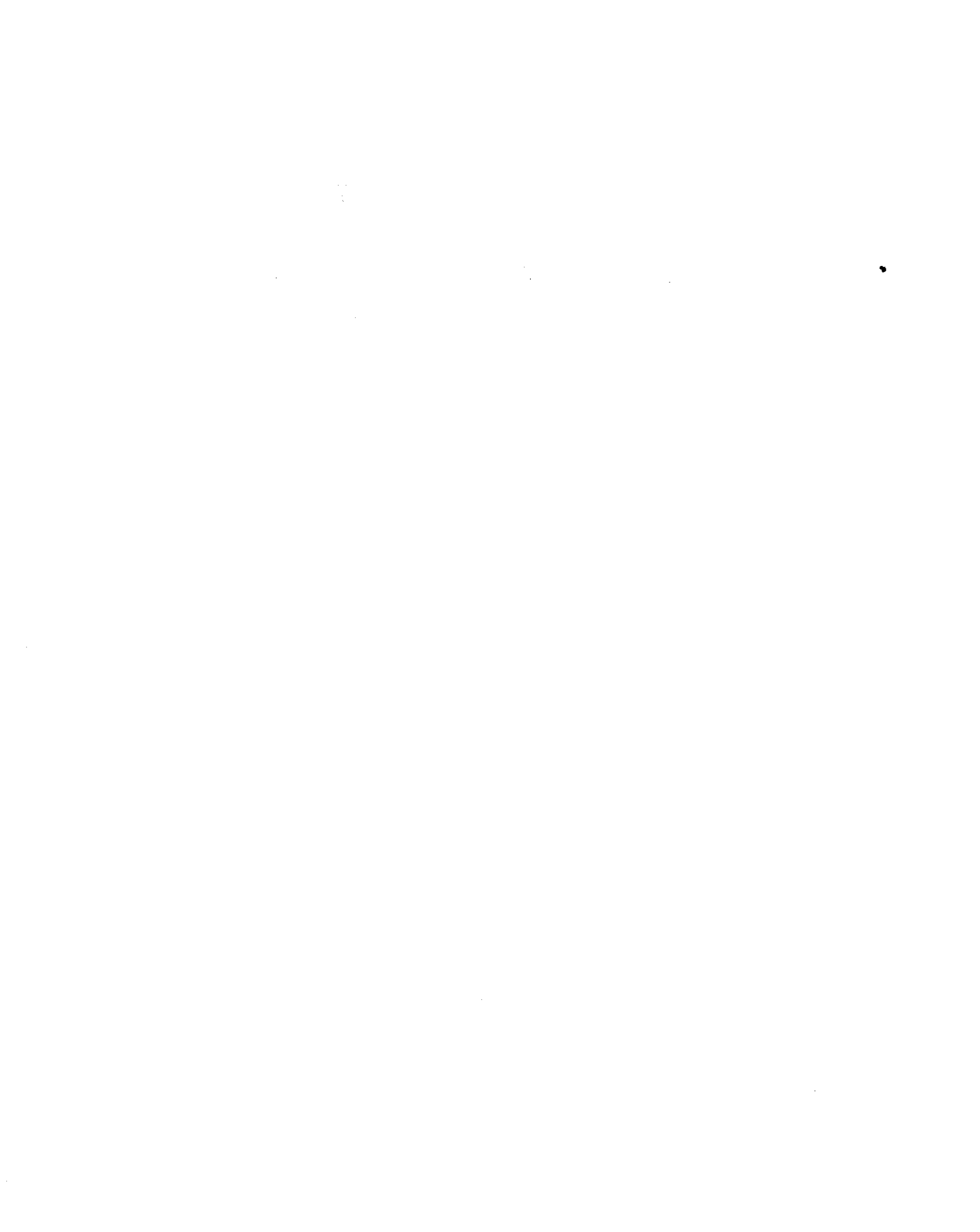
- جيهان رشتي : مرجع سابق، ص.ص ٣٧٤ ـ ٣٨٠.
- حمدي حسن : مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٧ ص.ص. ١٢ ـ ٦٠.
- زيدان عبد الباقي : وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية ط ٢ القاهرة : النهضة المصرية ١٩٧٩، ص.ص ٥٥ ـ ٥٦.
- محمد عبد الحميد: وسائل الاتصال الإداري ـ مرجع سابق ص.ص ٢٧ ـ ٢٩.

١٤ ـ يوسف السيسي : دعوة للموسيقى، الكويت : سلسلة عالم المعرفة، العدد ٤٦،

أكتوبر ١٩٨١، ص١٣.

١٥ - المرجع السابق : ص ١٨.

16. Wilbur Schrumm., Men, Message and Media., Op.Cit pp.125-129.



الفصل الثانى

نمـــوذج الاتصـــال
فى مجالات
الإبداع الفنى الجماهيرى



هل تختلف حركة عملية الاتصال واتجاهاتها، وعلاقات الأثر فى مجالات الإبداع الفنى عن غيره من المجالات الأخرى؟ سؤال تفرضه الحاجة إلى الرؤية المجسمة للاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، الذى يتميز بعدد من الخصائص والسمات تجعله ينفرد بنموذج خاص للتعريف بعناصره، وتفسير حركته فى إطار تأثيرات العديد من القوى الاجتماعية والنفسية التى تتفق والمفاهيم السائدة للفن والابداع من جانب، والتذوق والاستمتاع الفنى من جانب اخر.. وكلاهما يمثلان العناصر الأساسية فى العلاقات الاتصالية، وحركتها، فى إطار السياق الاجتماعى الكلى.

وهذا يستدعى بداية تأصيل هذه المفاهيم فى علاقتها بالاتصال، وصياغة العلاقة بينها وبين القوى المؤثرة فى العملية الاتصالية فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، تمهيدا لصياغة نموذج خاص للاتصال فى هذه المجالات.

الفـــــن والاتصال

تقودنا التعريفات الخاصة بالفن إلى تأكيد معالم عملية الاتصال فى هذه التعريفات، مهما اختلفت الرؤى الخاصة، أو تباينت بتباين المراحل التاريخية التى ساقتها، أو تباين الاشتقاق اللغوى لهذه التعريفات فى الثقافات المختلفة [1].

فالفن ليس نشاطا ذاتيا يقوم به الفنان بذاته. ولكن الفرد فى المجموع، يتعامل مع الموجودات فى بيئته لخلق أشياء تنعكس آثارها عليه وعلى هذا المجموع.

وسواء كانت تلك الآثار جمالية بحتة، أو عاطفية، أو فكرية، فإنها تكون هدفا لعملية اتصالية بين الفنان، والمتلقى الذى يتمثل فى المستمع أو المشاهد لأى عمل من الأعمال الفنية.

ويذهب تولستوى فى تعريفه للفن إلى التحديد الصريح لمفهوم العملية الاتصالية فى ثنايا التعريف.. حيث ينظر إلى الفن بوصفه مظهرا من مظاهر الحياة البشرية، وبوصفه أيضا أحد وسائل الاتصال بين الناس. ويرى أن الإنسان كما ينقل أفكاره إلى الآخرين عن طريق «الكلام» فإنه ينقل إلى الآخرين عواطفه عن طريق الفن. ومعنى هذا أن الفن لا يخرج عن كونه آداة تواصل بين الأفراد، يتحقق عن طريقها ضرب من الاتحاد العاطفى أو التناغم الوجدانى بينهم. ولما كان الناس يملكون هذه المقدرة الفطرية على نقل عواطفهم إلى الآخرين عن طريق الحركات والأنغام والخطوط والألوان والأصوات وشتى الصور اللفظية، فإن كل الحالات الوجدانية التى تمر بالآخرين من حولنا هى بطبيعة الحال فى متناول احساساتنا. فضلا عن أن فى وسعنا أيضا أن نستشعر عواطف أخرى أحس بها غيرنا من قبل منذ آلاف السنين[٢].

ولم تغفل النظرة إلى الفن باعتباره نشاطا يهدف إلى تحقيق المتعة واللذة، لم تغفل هذه النظرة المتعة التى يحسها الفنان عندما يحققها غيره من مشاهدة أو تأمل الأعمال الفنية. ولم تقصر هذه النظرة المتعة على الفنان نفسه فقط، ولكنها امتدت إلى الغير، ليتحقق الاتصال مستهدفا الآثار الجمالية أو الاستمتاع بالأعمال الفنية.

وبجانب ذلك هناك عدد آخر من الآراء التى تؤكد على الدور الاتصالى للفن[٣] : فالفن كما يؤكد جرمبريتش «E. Crombrich» هو أساسا عملية اتصال، أو تخاطب تتم بين الفرد والجماعة. والتصوير يعتبر وسيلة من وسائل الاتصال المهمة، وهو كذلك طريقه للأخبار ونقل وتراكم المعرفة عبر أجيال عديدة ومتتالية. ويؤكد هذا جوليان ليفى «J. Levi» حين يقول إن التصوير فى أحسن حالاته هو شكل من أشكال الاتصال. فالمصور يحاول أن يحصل من خلاله على استجابة من الآخرين. وكل من العلم والفن

كما يشير جوليان هكسلى «Huxly» بعد لأدوات ووسائل لفهم العالم وتوصيل هذا الفهم إلى الآخرين.

وتظهر كذلك أهمية الاتصال فى نزعة الإنسان إلى نقل تجربته الحياتية من خلال العمل الفنى إلى الاخرين. فمنبع الفن وأساسه هو تمثل تجربته الحياتية، واستنباط مفهومها ودلالاتها القيمية. وتثبيت هذا الاستنباط وتوصيله إلى آخرين، عن طريق استعادةالتجربة استعادة حركية: كما يحدث فى مجال الإبداع الدرامى، أو خيالية: كما يحدث فى مجال الإبداع الأدبى بكل ضروبه، أو تشكيلية: كما يحدث فى فنون التصوير والنحت(٤).

وحتى مع التوسع فى مفهوم الفن لتيجاوز حدود الانفعال والعاطفة، كما تشير إليه الاتجاهات الخاصة بالآثار الجمالية والعاطفية. حتى مع التوسع فى مفهوم الفن ليكون مظهرا من مظاهر النشاط الفكرى. الذى يحاول أن يتفهم العالم، وأن يعين الغير بدوره على فهمه. مع هذا التعريف أيضا يظهر مفهوم العملية الاتصالية، باعتبار الفن أداة لنقل التجربة الفردية والاجتماعية إلى الغير. ولا يتم هذا النقل إلا من خلال العملية الاتصالية.

ويؤكد اتجاه آخر للتعريف على ضرورة أن تتضمن التجربة الجمالية، التذوق والمشاركة الفنية.

فليس الفن - فى إطار هذا التعريف - مجرد خلق لصور أو ابداع الأشياء، وإنما هو أيضا نشاط تتولد عنه منتجات تصلح لأن تكون بمثابة منبهات أو مثيرات، تثير لدى الغير بعض الاستجابات المرضية (٥).

وهذا الاتجاه يرى أن العمل الفنى هو «منبه» أو «مؤثر حسى» يولد لدينا مجموعة

من التأثيرات الجسمية والنفسية، ويستثير بالضرورة انتباهنا وملاحظتنا. وحينما نكون بإزاء العمل الفنى، فإنه لابد أن تجىء بعض الموجات الضوئية أو الصوتية أو أية وسائل فيزيقية أخرى، فتنبه أعضاءنا الحسية وجهازنا العصبى، ومراكزنا المخية، لكى تدفع بها إلى الاستجابة لذلك التنبيه، فنقوم عندئذ بأداء بعض الأفعال التى تتفق مع طابعنا الخاص، وحالاتنا النفسية، واتجاهاتنا العقلية.... إلى آخره.. وسواء أكان العمل الفنى عبارة عن لوحة، أم كان عبارة عن سيمفونية «مثلا» فإنه لابد من أن يجىء منطويا على تنظيم خاص للمنبهات فى المكان والزمان، أو فى الاثنين معا. وهى المنبهات التى تتألف على شكل خطوط ومناطق ألوان فى الفن البصرى، بينما نراها تتألف على شكل أصوات فى الفن السمعى.

والعلاقة بين المنبة «رسالة» والاستجابة «رد الفعل - السلوك» هى العلاقة التى تعتبر من أسس العملية الاتصالية فى نماذج الاتصال، ونظريات التعلم التى تقدم تفسيرا للسلوك(٦).

ومع تعدد المعانى المختلفة للفن أيضاً، التى يفسر من خلالها مفهوم الفن فى اتجاهات مختلفة، تتأكد أيضا العملية الاتصالية (٧). فلا يقصد بالفن المعنى الانطباعى فقط والذى يقف عند حدود تلقى الفنان للمؤثرات الجمالية من الواقع حوله، ثم يعمد إلى تخزينها فى نفسه، ليقيم بينها - بعد ذلك - علاقات جديدة، لم تكن موجودة فى الواقع البيئ الذى يعيشه الفنان.. ولكنه يمتد إلى المعنى الانتقائى الذي يدور حول قدرة الفنان على الانتقاء من بين الموجودات المحيطة به، أو التى يتخيلها نوعيات معينة ذات صفات متباينة، ويقوم بنقلها إلى المشاهد أو المستمع فى صيغة أو أخرى. ويمتد أيضا إلى المعني التأثيرى الذى يصف الفن فى رسالة أو خطاب يريد إيصاله إلى

الآخرين. حيث يعتبر الفن أداة يعبر من خلالها عما يستشعره من أحاسيس وجدانية ومن أفكار أو اتجاهات أو قيم. بالإضافة إلى المعنى الاجتماعى الذى يؤكد على تأثيرات البيئة على الفنان بوصفه عضوا فى البيئة الاجتماعية.

هذه المعانى التى تقدم تفسيرات مختلفة للفن فى علاقته بها، تجتمع فى مجموعها على تأكيد العملية الاتصالية فى التأثر بالبيئة، والانتقاء من موجوداتها، وايصال ما انتقاه إلى الغير بعد إعادة صياغته فى شكل فنى مناسب.

فالفنان فى هذه التفسيرات هو المصدر أو القائم بالاتصال أو المرسل، والرسالة فى هذه الحالة هى ما أعاد الفنان صياغته فى عمل فني، والمتلقى هو الغير، الذى يهدف الفنان ايصال رسالته إليه.

الإبـــداع والاتصال

إذا كان الابداع كما تعرفه المعاجم والموسوعات العلمية هو القدرة على ابتكار حلول جديدة لمشكلة ما[٨]، فهو فى شكله البسيط استجابة من الفرد المبدع للرؤية الجديدة الناتجة عن العملية التى قام بها المبدع خلال مواجهته وملاحظته للموقف أو المشكلة.. ابتداء من التعرض لها وإدراكها، إلى إعادة تكوينها وتشكيلها لتظهر فى واقع جديد.

وبذلك يحمل الابداع ضرورات إدراك الواقع بكل تفاصيله وعلاقاته، ثم التمرد عليه.. بمعنى عدم التكيف معه لخلق الجديد. الذى يرى فيه المبدع معنى معينا، أو يحقق هدفا ما.وهذا المعنى أو الهدف يرتبط بالغير بشكل أو بآخر. فالإبداع فى مرحلته الأولى هو تعرض لمواقف أو قضايا أو أشكال أو أشياء شتى. يرصدها المبدع فى البيئة وكل مظاهر الحياة حوله. ولذلك لا نتصور أن يتحول الفرد المنعزل إلى مبدع. لأن الإبداع

يستلزم اتصالا مع البيئة والمجتمع، يتعرض من خلاله الفرد المبدع إلي الموقف فى شكله القائم. ثم يحتاج بعد ذلك إلى اتصال آخر يحقق من خلاله التعرض إلى مصادر المعلومات والأفكار فى الاتجاه العام أو الخاص للعمل الإبداعى، يسهم فى اخصاب الفكرة الأولية وتطويرها نحو اكتمال البناء والنضوج. وهو ما يعيشه الفرد المبدع فى مرحلة الاخصاب ونمو الفكرة الإبداعية واختبارها.

ذلك أ ن القدرات الإبداعية لا تنمو ولا تتطور لدى الفرد المبدع، ما لم يستوعب ثقافة عصره، وحضارة مجتمعه وقيم الجماعة التى ينتمى إليها. حيث لابد أن يقف فى البداية وبشكل تفصيلى ودقيق على ما هو سائد فى المجتمع من نماذج ذهنية وأفكار ثقافية وتشكيلات جمالية، خاصة بمجتمعه و الجماعات الأخرى أيضا، بالإضافة إلى ما يكتسبه الفرد فى مجالات تخصصه ومجالات العمل الإبداعى الذى يتجه إلى استكماله وبنائه[٩].

كما أن تأثير المجتمع فى ذاته على الإبداع يبدو واضحا فى مدى ما يوفره المجتمع من ظروف مناسبة يتصدرها شرط الحرية، وسيادة روح التسامح، وتهيئة الفرصة للتفرغ الإبداعى، والتنظيم السياسى الاجتماعى الذى يسهم فى ذلك. بجانب توفير المعلومات بسهولة، وتحديد الهدف القومى الشاحذ للعملية الإبداعية، وتحديد الهوية الثقافية بشكل يوجه الطاقة الإبداعية على طريق واضح فعال[١٠].

وهذه المتطلبات الاجتماعية التى تأخذ شكل المصدر للأعمال الإبداعية تارة، وتارة أخرى شكل المقومات هى التى تسهم في نجاح العملية الإبداعية وتطورها.

هذه المقومات الاجتماعية توفرها نماذج الاتصال فى اتجاهاتها المختلفة بالنسبة للفنان المبدع. بوصفه مستقبلا لمصادر المعلومات والمعرفة العامة والخاصة من جانب،

وتلك الخاصة بإطار التحصين الاجتماعى للإبداع والأفراد المبدعين في المجتمع من جانب آخر.

وبالإضافة إلى تعرض الفرد المبدع إلى مصادر المعلومات والمعرفة فى المجتمع، فى إطار العملية الاتصالية التى يكون فيها المبدع مستقبلا للرسائل الاتصالية المختلفة التى توفرها هذه المصادر، بالإضافة إلى ذلك فإن العمل الإبداعى بوصفه نتاجا للعملية الإبداعية عادة ما يكون هادفا أو وظيفيا يحقق هدفا ما، أو غاية معينة سواء على مستوى الفرد المبدع أو على مستوى الغير أيا كان: فردا أو جماعة أو المجتمع الكل.

فالفرد المبدع ينتظر من العمل الإبداعى أن يحقق أو يسهم فى تحقيق حاجة من الحاجات النفسية الفردية، مثل تقدير الذات أو دعم المكانة الاجتماعية، الذى يظهر فى معالم القبول والرضا والتأييد للعمل الإبداعى من الغير، الذين يشكلون فى مجموعهم جماعة أو جمهور المتلقين لهذا العمل. والتى تظهر استجابتهم للعمل الإبداعى فى شكل من أشكال السلوك المحابى أو المؤيد لهذا العمل.

كما أن قيام العمل الإبداعى أو إسهامه فى تحقيق حاجة اجتماعية معينة ترتبط بالأهداف المتوقعة لإنجاز هذا العمل، ينعكس أيضا على إحساس الفرد المبدع بالدور الاجتماعى الذى يقوم به، وأهميته فى المجتمع. وهذا يدعم بالتالى القدرات الإبداعية عند الفرد المبدع ويطورها، بالإضافة إلى القدرات الخاصة بتجاوز الصعوبات التى تواجه عملية الإبداع بصفة عامة.

التذوق الفنى والاتصال

من بين التعريفات المتعددة لمفهوم الإبداع هو ابتكار أساليب جديدة للتعبير

الفنى[١١] والفن في تعريف المعجم الوسيط هو جملة الوسائل التى يستعملها الإنسان لإثارة المشاعر والعواطف، وبصفة خاصة عاطفة الجمال كالتصوير والموسيقى والشعر، ومهارة يحكمها الذوق والمواهب.

وطبقا لهذا التعريف فإن الإبداع الفنى هو ابتكار أساليب جديدة لإثارة المشاعر والعواطف لدى الغير. أو تطوير الأساليب والوسائل الحالية لتحقيق هذا الهدف.

وبذلك فإن الإبداع الفنى بصفة خاصة يستهدف بهذا التعبير آخرين. ويثير فيهم استجابة معينة نحو العمل الإبداعى الفنى، سواء اتخذ شكل عمل مسرحى، أو فيلم سينمائى أو مقطوعة موسيقية. وتتمثل هذه الاستجابة فى عملية التذوق appreciation التى يقوم بها المشاهد أو المستمع عند تعرضه للعمل الإبداعى الفنى، فيستعيد آداة من أدوات الحس ليعبر بها عن إحساسه بشىء غير مادى.

والتذوق فى هذه الحالة هو عملية تتم على مراحل، يبدأ الفرد فيها بإدراك الشىء، ثم تقويمه من خلال الأثر الوجدانى الذى انعكس عليه. وتمثل فيما أحس به من استمتاع أو استغراق فى العمل، أو انفعال بالآداء، أو توحد مع الأشخاص والمواقف.. إلى آخره، من الآثار النفسية التى يحس بها الفرد عند تعرضه لأعمال تثير العواطف والشعور والوجدان لدى الفرد.

وتنتهى عملية التذوق باستجابة تتجسد فى معالم التقدير والإعجاب، والتى قد تصل حسب طبيعة العمل الإبداعى الفنى إلى محاولة الاحتفاظ بهذا العمل أو اقتنائه.

وبهذا يعتبر العمل الإبداعى الفنى مثيرا عند تعرض الفرد المتلقى له. ولكنه مثير للعواطف والمشاعر والأحاسيس الوجدانية، التى تؤثر إلى حد كبير فى اتجاهات الميل السلوكى عند الأفراد، وإدراكه للأشياء والمواقف المحيطة به.

وبذلك نرى أن التذوق الفنى فى نهاية الأمر هو تعبير عن اتجاه الفرد نحو الأعمال الفنية الإبداعية التى يتعرض لها، وليس مجرد التعرض فقط لهذه الأعمال. حيث يتطلب من الفرد استجابة فى اتجاه ما إلى الأعمال الفنية التى تعرض لها بوصفها مثيرا فى عملية اتصالية تتم فى لحظات أو فترات التعرض.

وحيث أن التذوق الفنى هو تعبير عن اتجاه الفرد نحو الأعمال الفنية، فإنه لا يكفى فى تكوين هذا الاتجاه الشعور الوجدانى فقط. لأن الاتجاه attitud فى تعريفه العلمى هو نظام أو تنظيم ثابت من عناصر المعرفة والشعور والميل أو الاستعداد السلوكى.

ويعتبر عنصر المعرفة cognitive أحدالعناصر الأساسية فى تحديد الاتجاه، حيث يشمل الأفكار والمعتقدات والمعلومات التى تشكل فى مجموعها الخبرات المتراكمة، والتى تؤثر فى وصف موضوع الاتجاه وسماته وعلاقته بغيره من الموضوعات [١٢]، كما أن الإطار الثقافى لدى المتذوق يشكل جانيا كبيرا من مكونات خبرة المتذوق الفنى، التى تكسب هذا التذوق دلالاتها العقلانية [١٣].

ولذلك تظهر أهمية الأعمال الفنية الإبداعية فى تطوير المعرفة الفنية لدى الأفراد المتلقين لتشكل تراكما للخبرات التى تتفاعل مع الإحساس الوجدانى لحظة التعرض إلى هذه الأعمال، فتعطى الفرد المتلقى القدرة على الإدراك، وتذوق هذه الأعمال وتكوين الاتجاهات حيالها.

ولذلك فإن التذوق الفنى يتطلب بداية التعرض للأعمال الإبداعية الفنية، سواء بالاستماع أو المشاهدة لهذه الأعمال وتكوين اتجاه حيالها. وبعد أن يكون قد تعايش لا شعوريا مع الفنان المبدع وتفاصيل العمل ودقائقه فى نظرة كلية شاملة.

وباعتبار هذه المعايشة تجربة جمالية، قد يرى إلحاحا لديه فى العودة إليها مرة أخرى - إعادة مشاهدة العرض المسرحى، أو الفيلم السينمائى، أو قراءة الرواية، أو مشاهدة المعرض.. إلى آخره - وعندما يجد الفرد أنه قد اتخذ قرارا باستعادة الاستماع أو المشاهدة أو القراءة. فإن الفرد المتلقى فى هذه الحالة يكون قد وصل إلى حالة الاستمتاع الفنى، وهى حالة راقية من التذوق، يدرك فيها مشاعر أو أحاسيس لم يخبرها من قبل، ويكتشف أطرا وأساليبا وعلاقات فنية لم يرها من قبل فى نفس العمل الفنى ذاته(١٤).

وإذا كان الإبداع الفنى يعتبر عملية process فى إطار نشاط الفرد المبدع، فإن التذوق هو الآخر عملية فى إطار نشاط الفرد المتلقى عند تعرضه للأعمال الفنية نتاج عملية الإبداع الفنى.

وكلا العمليتين - الإبداع والتذوق الفنى - تقعا على طرفى عملية أكبر، هى العملية الاتصالية، التى تستهدف وظائف عديدة فى مجالات الإبداع الفنى.

نموذج الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

تبدأ عملية الإبداع عادة بتعرض الفرد إلى موقف يرى فى تفاصيله وجزئياته ما يدعو إلى المبادأة بتغييره. من خلال صياغة جديدة للعلاقات بين هذه التفاصيل أو الجزئيات. أو يرى أن هناك حاجة إلى الجديد فى مجال ما من مجالات الإبداع أو ابتكار أساليب جديدة للتعبير الفنى.

وفى هذه الحالة فإن الموقف الذى يراه الفرد المبدع، أو الحاجة التى يكتشفها، أو تقييم الأساليب القائمة، هذه كلها تعتبر منبهات أو مثيرات للتفكير فى التغيير

أوالتجديد. والتى يعتبر الفرد متلقيا لها فى عملية اتصالية أولية. وعادةما يكون مصدر هذه المثيرات أو المنبهات هو المجتمع أو البيئة المحيطة بالفرد المبدع. سواء كان هذا المجتمع هو المجتمع الخاص بالفرد المبدع والذى يمثل مجال الممارسة العلمية أو المهنية أو الفنية، أو كان المجتمع الكل الذى ينتمى إليه الفرد بمحدداته الثقافية المختلفة.

والتعرض إلى المنبهات أو المثيرات واستقبالها يرتبط أولا وأخيرا باستعداد الفرد المبدع لهذا الاستقبال أو التلقى والذى يميز فردا عن آخر، ويحدد خاصية المبدع فى قدرة الفرد على التعرض إلى هذه المثيرات أو المنبهات واستقبالها.

وتأتى بعد ذلك قدرة الفرد المبدع على إدراك الموقف بكل تفصيلاته وجزئياته، فى إطار الكل المحيط به، إدراكا كاملا يهيىء للفرد التجنب أو الإبعاد أو الترك من جانب، أو يهيىء له من جانب آخر الصياغة الجديدة أو صياغة الجديد بعلاقات جديدة ترتبط بخصائص العمل الإبداعى.

وترتبط عملية الإدراك بالمخزون المعرفى للفرد، فى إطار علاقته بالمواقف أو المشكلات التى يتعرض لها. وبقدر هذه المعرفة والخبرات المتراكمة المخزونة يتم إدراك الكل والجزء والعلاقات القائمة (١٥).

وبذلك فإننا لانتصور قدرة الفرد المنعزل على الإبداع، حيث يعتبر الاتصال شرطا جوهريا للاقتراب من العمل الإبداعى، بداية بالتعرض إلى الصور والأشكال والمواقف القائمة وإدراكها.

وخلال المراحل الخاصة بعملية الإبداع التى تبدأ بالاستعداد والتحضير، وتنتهى بالتحقق والاختبار (١٦). خلال هذه المراحل يقوم الفرد بعمليات اتصالية عديدة سواء مع الغير أو مصادر المعرفة العامة أو الخاصة أو أصحاب الاختصاص.. إلى آخره، لمزيد

من الاستبصار حول حدود العمل الإبداعى. وقد يقوم بعمليات اتصالية أخرى لأغراض التنفيذ والمراجعة والتقويم الأولى للعمل الإبداعى فى بعض مراحله، حتى يدخل العمل الإبداعى مرحلة الإشراق والظهور والتجسيد والإعداد للعرض أو الإعلام به.

وطبقا للوظائف الخاصة بالعمل الإبداعى الفنى يتم صياغته فى شكل من الأشكال الفنية، ليتفق مع خصائص وحاجات المتلقين المستهدفين بهذا العمل الإبداعى الفنى.

وفى هذه الحالة يتحول العمل الفنى من جهد ذاتى للفنان المبدع، إلى رسالة فى إطار عملية اتصالية مع المتلقين لهذا العمل.

وتظهر حاجة الفنان المبدع إلى الاتصال بالمتلقين من خلال العمل الإبداعى الفنى فى الآتى:

- تلبية الحاجات النفسية للفنان المبدع من عرض العمل علي المتلقين، والتى تتمثل فى الإحساس بالتقدير، ودعم المكانة الاجتماعية، الخاصة بالدور الاجتماعى للفنان المبدع فى المجتمع.

- تقويم العمل الإبداعى الفنى فى علاقته بالمتلقين. وفى إطار ما يحققه من حاجاته فردية واجتماعية للفرد والمجتمع.

ويمثل رد فعل المتلقين، استجابتهم للعمل الإبداعى الفنى فى شكل ما، بدءا من الاهتمام، إلى الإعجاب والتقدير الذى يمثل التذوق الفنى للعمل. ثم مرحلة الاستمتاع الفنى به، وتكرار الاستماع والمشاهدة، الذى يرفع كثيرا من عدد المتلقين له، ويعتبر معيارا فى أحوال عديدة لقبول العمل وإدراك محتواه ومعانى رموزه ودلالاتها.

وهذا التسلسل فى العملية الاتصالية يتفق مع عدد من النماذج التى قدمها خبراء الاتصال فى عدد من البحوث والدراسات الخاصة به، والسابق الإشارة إليها فى

الفصل السابق.

ولعل الإجابة على الأسئلة التى طرحها هـ . لازويل فى نموذجه الخاص بتحديد عناصر الاتصال، تحدد أيضا العناصر الأولية أيضا فى نموذج خاص بعملية الاتصال فى مجالا الإبداع الفنى. والتى يمكن استكمالها من خلال تطويع العناصر المشار إليها فى الفصل السابق لبناء هذا النموذج.

وتطبيق نموذج لازويل على الاتصال فى مجالات الإبداع يكون من خلال الإجابة على الأسئلة المطروحة. كالآتى:

من....؟ الفنان المبدع

يقول ماذا....؟ العمل الفنى

لمن....؟ جمهور المتلقين «المستمعون أو المشاهدون»

بأى وسيلة....؟ وسائل عرض الأعمال الفنية والتى تتمثل فى المسرح والسينما، والراديو والتليفزيون.

بأى تأثير....؟ وظائف الإبداع الفنى للفرد والمجتمع.

وبالإضافة إلى النماذج المشار إليها من قبل فى الفصل السابق، فإن نموذج جورج جربنر «G. Gerbner» الذى نشره فى الخمسينات فى مقال بعنوان نحو نموذج شامل للاتصال «Toward a Genral Model OF Communication»، ويضم فى بنائه العناصر الخاصة بتعرض الفرد المرسل إلى المثيرات والمنبهات التى يستجيب لها، بعمل ما يصيغه فى محتوى معين، يستهدف تحقيق نتائج معينة. هذا النموذج يفيد أيضا فى بناء نموذج للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى.

والعناصر الأساسية فى نموذج «جربنر هى:

(فرد ما / يدرك موقفا أو حدثا / يستجيب له / فى حالة ما / بوسائل معينة / يصيغ مادة متاحة / فى شكل ما / وسياق ما / ينقل محتوى / له بعض النتائج) [١٧].

وفى نموذج الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى يمثل العنص الأول: الفنان المبدع، وتمثل العناصر الأربعة التالية حالةالتعرض والاستجابة إلى المواقف والأحداث المحيطة به بوصفها مثيرات أو منبهات للفنان المبدع، التى تثيره إلى خلق العمل الفنى، والذى تصيغه العناصر الأربعة التالية، ليحقق من خلال نقله إلى الغير بعض النتائج. كما تظهر فى العنصر الأخير من هذه العناصر العشرة.

وعلى الرغم من محاولة استلهام نماذج الخبراء السابقين، إلا أن أيا منها وحده لا يكفى للتعبير عن عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى.

بينما يمكن من خلالها الاسترشاد بعدد منها أو كلها للتعريف بعناصر عملية الاتصال فى هذه المجالات. التى لا يمكن أن نغفل فيها تعرض الفنان المبدع إلى المواقف والأحداث والوقائع والمشكلات التى تحدث فى البيئة والمجتمع. بالإضافة إلى تأثيرات الإطار الاجتماعى والثقافى لهذه البيئة وهذا المجتمع على إعداد العمل الفنى ونقله للغير. بجانب الدور النشط والفعال الذى تقوم وسائل الاتصال الجماهيرى «صحف/ راديو/ تليفزيون» فى التعريف بالعمل وتفسيره من خلال الوظيفة النقدية لهذه الوسائل، والتى كثيرا ما يسترشد بها المتلقون فى تعرضهم للأعمال الفنية الإبداعية. بالإضافة إلى ما يمكن أن تقوم به الوظيفة النقدية من الإسهام فى تقديم العمل الفنى من جانب آخر بعد دخوله فى إطار العملية الاتصالية. والإسهام أيضا فى صياغة ونقل استجابة المتلقين لهذا العمل.

وبالإضافة إلى ذلك فإن طبيعة العمل الفنى وبصفة خاصة فى مجالات الموسيقى والمسرح والسينما، والدراما الإذاعية والتليفزيونية، غالبا ما تفرض مشاركة من آخرين فى مجال التخصص الدقيق لكل منهم فى سبيل اخراج هذا العمل إلى إطار العملية الاتصالية.

وهؤلاء الآخرين هم الذين يمثلون فريق العمل الذى يتولى تحويل العمل إلى شكل مسموع أو مرئى يتفق مع خصائص وسيلة الاتصال التى يذاع أو يعرض من خلالها.

وبذلك يدخل فريق العمل الفنى بتأثيراته المختلفة فى إطار العملية الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

وبذلك تكون عناصر العملية الاتصالية فى مجالات العمل الفنى كالآتى:

- المجتمع (بوصفه مجالا لمصادر الفكرة الإبداعية من جانب، وكذلك بتأثير مقومات السياق الاجتماعى والإطار الثقافى، على صياغة العمل الفنى واختيار رموزه، وكذلك تأثيرها على تهيئة الظروف المناسبة للإبداع الفنى أو إعاقة هذه العملية أو الانحراف بها عن وظائفها).

- الفنان المبدع.

- فريق العمل (الذى يشارك فى إخراج العمل الفنى وعرضه فى الوسيلة المناسبة).

- العمل الفنى (الذى يتم صياغته واختيار رموزه بما يتفق مع خصائص وسمات جمهور المتلقين، وكذلك مع خصائص وسيلة العرض)

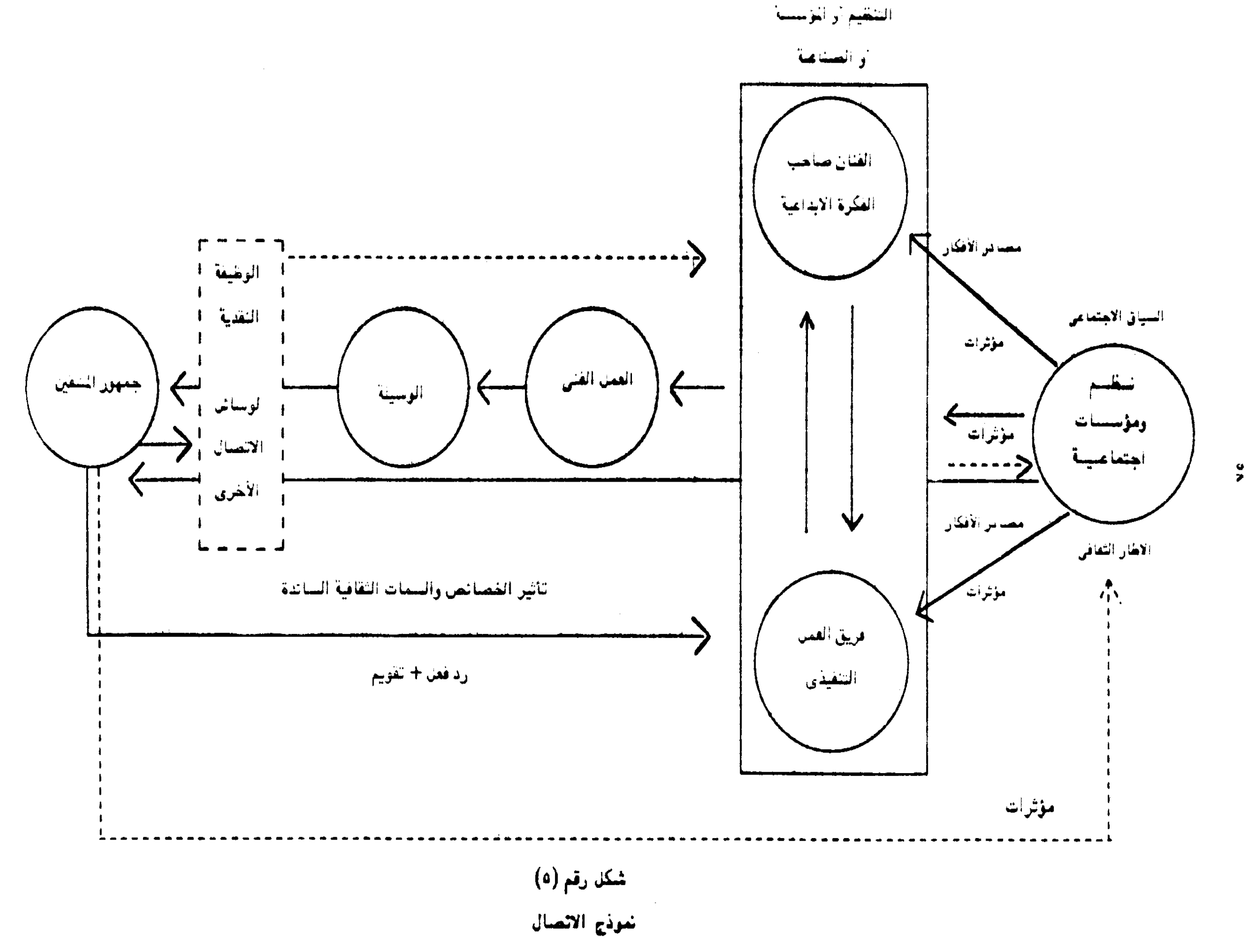
- الوسيلة (التى يذاع أو يعرض من خلالها العمل الفنى).

- جمهور المتلقين (والذى يستجيب للعمل الفنى بشكل ما، وكذلك يتأثر فى أحوال

عديدة بالوظيفة النقدية لوسائل الاتصال الجماهيرى).

- التأثيرات الراجعة (والتى ترتد من جمهور المتلقين إلى كل من الفنان المبدع ووسائل الاتصال الجماهيرى - وكذلك من وسائل الاتصال الجماهيرى إلى الفنان المبدع).

والنموذج التالى - شكل رقم ٥ - يوضح علاقة هذه العناصر ببعضها فى إطار عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.



شكل رقم (٥)

نموذج الاتصال

في مجالات الابداع الفني الجماهيري

ويوضح النموذج السابق - نموذج الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى - عناصر العملية الاتصالية فى هذه المجالات، والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها.

وقد اتفقت صياغة هذا النموذج مع طبيعة عملية الإبداع الفنى وأهدافها، ومصادرها واتجاهات التأثير فيها على النحو التالى:

- فالفنان المبدع لا يتأثر فقط بالمؤثرات البيئية والاجتماعية العامة، بوصفها مصدرا للحقائق والأفكار، التى يستلهم منها فكرته الإبداعية، ويتصدرها الإطار الثقافى العام للمجتمع، لا يتأثر بهذه المؤثرات فقط، ولكنه يتأثر أيضا بجمهور المتلقين المستهدف بالعمل الفنى الجماهيرى، من خصائصه وسماته العامة والاجتماعية. والتى تسهم فى تشكيل الإطار المعرفى للفرد. الذى يؤثر بالتالى فى تعرضه وانتقائه للأعمال الفنية. حيث يميل الفرد إلى انتقاء الأعمال - بوصفها رسائل اتصالية - التى تتفق فى أبعادها ودلالاتها، مع أفكاره ومعتقداته واتجاهاته. وهذا هو جوهر نظريات التوازن «Balance Theories» أو الاتساق المعرفى « Cognitve consistency » التى تعتبر أحد المداخل الأساسية فى التعرض الانتقائي للأفراد(١٨).

وفى هذا المجال نفرق بين الجمهور العام the mass national audience ؛ والجمهور الخاص specialized audience الذى يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات، أو الاتجاهات المشتركة (١٩) والتى تتفق مع اتجاهات الأعمال الفنية الجماهيرية ودلالاتها.

- وفى المجالات التى لا يقوم فيها الفنان المبدع وحده بتنفيذ فكرته الإبداعية، وتحويلها إلى عمل فنى قابل للعرض، مثل الأعمال الموسيقية والمسرحية والسينمائية، والأعمال الدرامية فى الراديو والتليفزيون. ويشاركه فى تنفيذها فريق من المبدعين - كل فى مجال تخصصه - ليصبح هناك تأثير من نوع آخر على الفنان المبدع صاحب الفكرة

الإبداعية، وعلى أعضاء هذا الفريق، يتأثر بنمط العلاقات الاتصالية داخل فريق العمل واتجاهات أعضائه. ولذلك تظهر أهمية الفنان المبدع الذى يقود هذا الفريق فى سبيل ترجمة الأفكار الإبداعية الفنية إلى أعمال فنية مستخدما الرموز التى تتفق وخصائص وسيلة العرض وجمهور المتلقين لهذه الأعمال، بالإضافة إلى أهمية توحيد الاتجاهات والآراء وأطر الدلالة بين هذا الفريق، وفى علاقاتها بالعمل الفنى الجماهيرى. ذلك أن اختلاف الاتجاهات والرؤى حول اخراج العمل الفنى إلى الوجود سيؤثر إلى حد بعيد فى استخدام الرموز الاتصالية الفنية وتباينها مما يؤدى بالتالى إلى عدم وضوح المعانى المطلوب إيصالها إلى المتلقى، فتؤثر أيضا فى إدراكه لأبعاد العمل ودلالاته.

- ومن جانب آخر يتأثر فريق العمل كله باتجاهات المفاهيم السائدة، التى تنظر إلى الأعمال الفنية فى إطار المفهوم المؤسسى institutional الذى يتبناه الكثيرون فى حقل الإبداع الفنى، نظرا لعدم قدرة الفرد وحده على إنتاج الأعمال الإبداعية فى المجالات الفنية المختلفة. ولذلك يؤثر هذا المفهوم على إطار العلاقات بين الأهداف والأعمال من جانب، وإطار العلاقات بين المؤسسات الإنتاجية لهذه الأعمال والمؤسسات والنظم الأخرى في المجتمع.

ولذلك تؤثر طبيعة الأهداف على اتجاهات الاتصال بين الأفراد فى فريق العمل الفنى. حيث يختلف تأثير الأهداف المادية فى اختيار الأفراد والكفاءات والإمكانيات، نظرا لسيادة المفاهيم الخاصة بسرعة دوران رأس المال المستثمر وتحقيق العائد المادى، والتى تؤثر بالتالى على حركة الاتصال واتجاهاته. يختلف تأثير الأهداف المادية عن تأثير الأهداف المعنوية، أو الأهداف ذات العلاقة بالوظائف الاجتماعية للإبداع الفنى.

وبنفس الطريقة تؤثر طبيعة الأهداف على حركة الاتصال واتجاهاته بين المؤسسات

الإنتاجية للأعمال الفنية، والمؤسسات والنظم الأخرى فى المجتمع.

وهذه كلها يظهر تأثيرها على إنتاج الأعمال الإبداعية فى المجالات الفنية من حيث الشكل والمحتوى والمعانى المستهدفة فى هذه الأعمال.

ولذلك كانت الضرورة إلى طرح نموذج للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى يؤكد على هذه التأثيرات ويفسرها. ويظهر بالتالى موقف كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية فى علاقته بالعناصر الأخرى.

فالفنان المبدع فى هذا النموذج بوصفه القائم بالاتصال أو المرسل بالنسبة للعمل الإبداعى، لا يقوم الفنان بهذا الدور بمعزل عن دوره، بوصفه مستقبلا لكل الأفكار والمعانى التى ترسم خصائص المجتمع وثقافته. وكذلك بوصفه مستقبلا أيضا للمؤشرات الخاصة بردود الفعل والاستجابات الخاصة بالعمل الفنى من جانب جمهور المتلقين.

وذلك بوصفه أيضا مرسلا ومستقبلا خلال العمليات الاتصالية التى تتم فى دائرة فريق العمل، وفى إطار المفهوم المؤسسى لإنتاج الأعمال الإبداعية فى المجالات الفنية المختلفة ومستقبلا أيضا لردود الفعل والرسائل التقويمية للأعمال الفنية التى تقوم بإعدادها ونشرها وسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى فى إطار الوظيفة النقدية.

وفى إطار المفهوم المؤسسى حيث يصبح العمل الإبداعى الفنى نتاجا لعمليات اتصالية أخرى بين فريق العمل الفنى، وحيث يصبح هذا العمل محصلة للعديد من الأفكار الإبداعية فى مجالات التخصص المختلفة. فى هذا الإطار تصبح المؤسسة هى المنتج النهائى للعمل الإبداعى الفنى الجماهيرى. وتظهر لذلك أهمية تحديد المفهوم المؤسسى السائد بقيام المؤسسات الفنية فى المجتمع وأهدافه. لتأثير هذا المفهوم على

سياسات الإنتاج، وحركة الاتصال بين فريق العمل، والعملية الاتصالية مع جمهور المتلقين.

وظائف الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيـــرى

نخطىء كثيرا إذا نظرنا إلى وظائف الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى فى إطار جزئى، يصف النتاج الإبداعى الفنى ووظائفه فى مرحلة زمنية معينة، أو فى علاقته بسياق اجتماعى خاص. لأن وظيفة الإبداع بصفة عامة تهدف إلى التغيير والتطوير إلى رؤى جديدة، وكان الفن بصفة خاصة فى عصور كثيرة ومراحل تاريخية متعددة آداة لهذا التغيير والتطوير.

وكذلك لا يمكن أن نقف بوظائف الاتصال فى هذه المجالات، عند حدود الإطار المادى أو التجارى ترجمة لقول فرانكلين روزفلت: حيثما يعرض الفيلم الأمريكى نبيع مزيدا من القبعات والجرامافونات والثلاجات الأمريكية. أو نقف عند حدود البدايات الأولى لفن من الفنون مثل السينما التى استهدفت التسلية والترفيه فى هذه البدايات.

بالإضافة إلى أنه لا يمكن التعميم الحرفى لوظائف الاتصال التى ساقها الخبراء والباحثون فى نظرياتهم الأولى عن وسائل الاتصال وأهدافها.

ولكن النظر إلى وظائف الاتصال فى مجال الإبداع الفنى بصفة عامة والجماهيرى بصفة خاصة، يجب أن يكون فى إطار مفهوم الإبداع من جانب، والفن من جانب آخر فى علاقتهم بأطراف العملية الاتصالية بوصفهم أفرادا أولا، وأعضاء فى المجتمع بعد ذلك.

ولذلك فإن وظائف الاتصال فى مجالات الإبداع يمكن أن تكوم مزيجا بتأثير المفهوم

الكلى لحركة الإبداع، والفن، واتجاهات الاتصال. متأثرة أيضا بكل القوى التى ترى فى الإبداع الفنى أداة لتحقيق أهدافها فى المجتمع.

فالمبدع لا يقدم الجديد أو المبتكر من الأشياء مجردا من إحساسه بالمسئولية الاجتماعية، ولهذا فلابد من دافع أو حاجة للاتصال بالآخرين، والتفتح على الخبرات الجديدة. وبفضل الحاجة إلى الاتصال الاجتماعى يمكن للمبدع أن ينظر لإبداعاته لا بصفتها مجموعة من الأفعال الجديدة المبتكرة فحسب.. ولكن يجب أن يوجهها نحو منظور اجتماعى شامل يساعده على تعبئة طاقاته نحو إبداع أعمال أو وسائل أو مكتشفات جديدة تساعد على التقدم بحياة الناس، وتخفيف آلامهم [٢٠].

والفن هو الأداة اللازمة لاستكمال اندماج الفرد فى المجموع. حيث يمثل قدرة الإنسان غير المحدودة على الالتقاء بالآخرين، وتبادل الرأى معهم [٢١].

ومن جانب آخر لا يمكن أن نغفل حاجة الفنان المبدع إلى الاتصال بالآخرين لتلبية حاجة من حاجاته أو دوافعه النفسية، مثل الحاجة إلى التقدير، ودعم المكانة الاجتماعية، والإحساس بالانتماء الاجتماعى. بجانب حاجة الفنان المبدع إلى آراء الآخرين، لتقويم النتاج الفنى الإبداعى، كما سبق أن أشرنا إلى ذلك من قبل.

ولا تقف وظائف التعرض للأعمال الفنية بالنسبة للمتلقى عند حدود المتعة أو التسلية. لأن الأعمال الفنية الإبداعية تقدم بجانب ذلك المعرفة والخبرة والتجربة التى تسهم فى تشكيل الإطار المعرفى للفرد. ويدعم ارتباطه بالمجموع أيضا من خلال اكتساب المعارف والخبرات والتجارب المشتركة مع الآخرين.

وبالنسبة للأعمال الإبداعية الفنية ذاتها فقد اتخذت آداة لتحقيق وظائف اتصالية مع الآخرين. فالموسيقى على سبيل المثال لم تستخدم - منذ البداية - فى تصوير الظواهر

الموجودة فى العالم الخارجى فقط. ولكنها كانت تهدف إلى إثارة المشاعر الجماهيرية، وتحول الكائنات البشرية من حالة إلى أخرى. أداة لإخماد الحواس أو إثارتها، تعويذة مهدئة أو حافز للنشاط [٢٢].

وكذلك بالنسبة للمسرح الذى يجب أن يهتم بحركة المجتمع، ونبض التاريخ، ومأساة شعبه، ويصور بصدق أرضه وروحه بالضحكات والدموع، وبغير ذلك لا يسمى مسرحا، بل مكانا للهو، أو لذلك النوع المروع من النشاط الذى يسمونه قتل الوقت.[٢٣]

وبذلك نرى أن هناك العديد من الرؤى الخاصة بالباحثين والمبدعين، لوظائف الاتصال بالآخرين فى المجتمع، فى مجالات الإبداع الفنى، والتى يمكن تلخيصها وعرضها فى التالى:

١ ـ تطوير المعرفة والخبرة والتجربة المكتسبة للأفراد المتلقين. فالأعمال الفنية الإبداعية تعكس العديد من المواقف فى الإطار الاجتماعى داخليا وخارجيا. مما لا يتعرض له الفرد بذاته فى حياته اليومية. ولا يمكنه التعرض لمثل هذه المواقف دون اتصاله بأفكار وآراء الفنانين المبدعين التى تجسدها هذه الأعمال، وتعرض من خلالها عديدا من المعارف والخبرات والتجارب الخاصة بمختلف الشخصيات في المواقف والأزمنة المختلفة. وهذه تفيد فى دعم الإطار المعرفى للفرد الذى يساعده بالتالى في تكوين آرائه واتجاهاته نحو المواقف أو الموضوعات أو القضايا التى يتعرض لها فى حياته اليومية.

٢ ـ دعم السلوك الاجتماعى، الذى يتأثر بالقيم والتقاليد والعادات والأعراف الاجتماعية السائدة. وتحديد ما هو مقبول أو غير مقبول اجتماعيا. باعتباره دليلا أيضا للسلوك الفردى. وذلك من خلال التأكيد على القيم الاجتماعية السائدة فى المواقف

المختلفة.

٣ ـ دعم القيم المعنوية والروحية التى تعتبر أساسا لدعم العلاقات الإنسانية فى إطارها المعنوى من خلال تاكيد المعانى والرموز التى تنادى بأفكار الحب، والخير والسلام، والأخوة، والتعاطف، والمودة، والألفة.... وغيرها من الأفكار والمعانى التى تتجسد فى العديد من الأعمال الإبداعية الفنية فى اتجاهها نحو الآخرين فى المجتمع.

٤ ـ دعم القيم الجمالية لدى الفرد والمجتمع، والارتقاء بالذوق العام الذي يكسب الفرد القدرة على التمييز بين الجمال والقبح، الخير والشر، القوة والضعف.. وغيرها من القيم التى تقوم بدورها ـ بجانب القيم المعنوية ـ فى تشكيل وجدان الفرد والمجتمع وعاطفته وشعوره، والتى تعتبر أساسا أيضا فى تشكيل الاتجاه نحو المواقف والموضوعات والقضايا المختلفة.

٥ ـ وبجانب ذلك فإن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى يقوم بدور مهم فى تحقيق التماسك الاجتماعى. فبجانب دعم القيم المعنوية والروحية والجمالية التى تسهم بدورها فى تحقيق التآلف والتوافق الاجتماعى. فإن الاتصال فى هذه المجالات يسهم فى تحقيق التماسك الاجتماعى من خلال:

ـ توحيد الوجدان الشعبى حول رموز إبداعية وفنية معينة، كالقطع الموسيقية والألحان الشعبية. التى تثير فى الأفراد الإحساس بالعزة والكبرياء القومى.

ـ دعم المشاركة الشعبية فى الحكم من خلال التعرض إلى مناقشة قضايا الشعب وأفكاره، والتعبير عن آماله وتطلعاته، فى الأعمال الفنية الإبداعية.

فالموسيقى ـ كما سبق أن ذكرنا ـ كانت فى الحضارات القديمة وسيلة رئيسية للعبادة، والربط بين الآلهة والبشر، ونشر التعاليم والقوانين والفضيلة والتربية، فضلا

عن استخدامها فى الحروب كوسيلة لتوحيد المشاعر والأحاسيس، ودفع لحركة البشرية وتنظيمها.

ولم تزدهر المسرحية عند اليونان إلا فى إطار ظروف اجتماعية مناسبة، حققت بها السبق فى هذا الفن على العالم كله. بعد أن انتصرت على الفرس فى معركة ماراثون «٤٩٠ ق.م». واتيح لشعب اليونان المشاركة فى مناقشة أمور الدولة، وتوطيد أسس الديمقراطية، التى لايزدهر الإبداع الفنى إلا فى رعايتها. وبجانب ذلك كانت الاحتفالات الدينية وتكريم الالهة مجالا لتقديم المسرحيات وعرضها على جموع الحاضرين. وقد أدى ذلك إلى تشجيع الدولة للعمل المسرحى، الذى يدور بأفكاره حول الفكرة القومية والشعور بالعزة والكبرياء [٢٤].

٦ - وتعتبر الإسهامات الإبداعية الفنية أحد العناصر المميزة للإطار الثقافى للمجتمع الذى ينتمى إليه الفرد، ويتأثر به فى بناء شخصيته.

وتعتبر الفنون بأنواعها والقوالب التى صاغتها الأجيال المختلفة للتعبير، تراثا مهما فى حياتها، تعتز به وتجتمع حوله فئات المجتمع فكريا ووجدانيا.

وتسعى إلى نقله من جيل إلى آخر. بوصفه أحد السمات المهمة فى تشكيل هوية الثقافات والحضارات والأجيال المتعاقبة.

واستعادة هذا التراث فى الأعمال الفنية الإبداعية، يقوم بدور كبير فى المحافظة على هذا التراث واستمراره. بالإضافة إلى أن هذه الأعمال تعتبر من أهم وسائل نقل وتبادل العناصر الثقافية بين المجتمعات من خلال الاتصال الثقافى بينها.

ويضاف إلى الوظائف السابقة - وهى ليست على سبيل الحصر - وظيفة التسلية والإمتاع والهروب إلى عالم الخيال. الذى يستطيع الفرد خلاله أن يستمتع بتحرره من

قيود العالم الخارجى، وضغوطُ الواقع اليومى. لتشارك مجالات الإبداع بوظائفها وظائف الاتصال فى المجتمعات والمراحل المختلفة، التى ساقها الخبراء والباحثون فى مجالات الاتصال المختلفة.

هوامش
الفصل الثانى

١- راجع بالتفصيل

- زكريا ابراهيم: مشكلات فلسفية: مشكلة الفن، القاهرة

مكتبة مصر ١٩٧٧ ص. ص ٧- ٢٦

- The New Ency Clopedia Britanica., 15 th edition, london: Encyclopedia Britanica Inc. Vol 1,p.p. 590-600.

٢- زكريا إبراهيم: المراجع السابق ص ١٢

٣- شاكر عبد الحميد: العملية الابداعية فى فن التصوير، سلسلة عالم المعرفة. العدد ١٠٩ يناير ١٩٨٧، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والادب ص. ص ١٥- ١٦

٤- نهاد صليحة: المسرح بين الفن والفكر، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦ ص١١

٥- زكريا ابراهيم: مرجع سابق ص. ص ٢٥- ٢٦

6- Jona than I,freeedman (et al)., Social psychology., New Jersy: Pritice- Hall Inc 1981 p.p 5-15

٧- يوسف ميخائيل سعد: سيكولوجية الابداع فى الفن والأدب- سلسلة دراسات أدبية، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦ ص. ص ٥-

٨- الابداع فى تعريف الموسوعة العربية الميسرة: هو القدرة على ابتكار حلول جديدة لمشكلة ما، وأساليب جديدة للتعبير الفنى

ويعرف المعجم الوسيط، الابداع بانه ايجاد الشىء من عدم، فهو أخص من الخلق.

راجع بالتفصيل أيضا:

- الكسندرو روشكا: الابداع العام والخاص، ترجمة غسان عبد الحى أبو فخر، سلسلة عالم المعرفة العدد ١٤٤ ديسمبر ١٩٨٩ الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والادب ص. ص ١٨- ٢٢

- عزت قرنى: الابداع الفلسفى وشروطه: نظرة إلى المحاولات واستشراق المستقبل، مجلة فصول: المجلد السادس العدد ٤ يوليو ١٩٨٦، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ص. ص ١١- ١٢

- مصرى عبد الحميد حنورة: الأسس النفسية للابداع الفنى فى الشعر المسرحى، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦، ص. ص ١٠- ١٢

٩- مصرى عبد الحميد حنورة: المرجع السابق ص ١٨

١٠- عزت قرنى: المرجع السابق ص ١٣

١١- الموسوعة العربية الميسرة- ط ١. القاهرة: دار العلم ومؤسسة فرانكلين ١٩٦٥

١٢- راجع بالتفصيل:

- Jonathan L. Freednan., qs. cit p.351

- Kathleen K,Reardan., Persuasion: Theory and context., London: Sage Publication- Beverly- Hills 1981 p. 40'

١٣- مصطفى سويف: دراسات نفسية فى الفن، القاهرة: مطبوعات القاهرة ١٩٨٣ ص ٣٢

١٤- مصطفى يحى: التذوق الفنى فى السينما القاهرة: غير معلوم الناشر ١٩٩١ ص ٢٥

15- E.C.Eyre. Effective Communication., London: Heinmann 1979. p.p 15-16

١٦- راجع بالتفصيل:

- الموسوعة العربية الميسرة- مرجع سابق

- مصرى عبد الحميد حنورة: مرجع سابق ص. ص ١١- ١٢

١٧- راجع بالتفصيل:

- Gorge Gerbner. Toword a Generl Model of Communication., Audio Visual Communication Rewriew Vol-4 1956- 3p 11

- Nan Lin., The Study of Human Communication., New york: Budds- Merril Company Inc 1973 p.4

١٨- راجع بالتفصيل:

- Jonathan L Freedman., (et al)., op. cit. p. p. 253-363

- Robert A, Wickuland and Frey Dieter.,, Co gnitive Consistency: Motivational. vs- Non Motivational., In Joseph Forgass (ed) Social Cognition Perspective on Every Understanding., London: Academic press 1981 p.p 153-165'

19- John C Merrill and Ralph L lowenstein., Media, Message and Men. New Perspectine in Communication 2nd edition., New york: Long man 1979 p.108

٢٠- عبد الستار ابراهيم: الانسان وعلم النفس سلسلة عالم المعرفة، العدد ٨٦ فبراير ١٩٨٥، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والادب ص ٣٠٤

٢١- ارنست فيشر: ضرورة الفن، ترجمة أسعد حليم، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦ ص٩.

٢٢- المرجع السابق: ص ٢٤٣

٢٣- فيدريكو جارثيا لوركا: حديث عن المسرح، فى: الرؤيا الابداعية: هاسكل بلوك، هيرمان سالنجر (محرران) ترجمة أسعد حليم القاهرة: نهضة مصر ١٩٦٦ ص ١٧٩

٢٤- محمد صقر خفاجة: دراسات فى المسرحية اليونانية. سلسلة الالف كتاب: الانجلو المصرية- بدون ص. ص ٦- ١٢.

الفصل الثالث

خصائص الاتصال
فى مجالات
الإبداع الفنى الجماهيرى

يثير استقلال الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى، بنموذج خاص يوضح عناصر الاتصال، ويفسر حركة هذه العناصر وعلاقاتها، يثيرهذا الاستقلال الحاجة إلى الكشف عن الضرورات التى تدعو إلى هذا الاستقلال. والتى تتمثل فى خصائص وسمات خاصة بهذا النمط من أنماط الاتصال فى الحياة اليومية للفرد والمجتمع. فالإبداع الفنى الجماهيرى ليس نشاطاً فرديا، مثل التصوير بأشكاله المتعددة - على سبيل المثال - الذى يتسم بحدود العناصر وحجمها واتجاه حركتها وعلاقاتها ببعضها. ولكنه نشاط جمعى يشارك فيه عدد كبير من أصحاب الاختصاص فى مجال من مجالات الإبداع الفنى. وعملية التذوق فى جانب المتلقين هى عملية يشارك فيها أعداد غفيرة من الأفراد الذين يميزون جمهور المتلقين بسمات خاصة تختلف عن خصائص وسمات متذوقى التصوير باهتماماتهم واتجاهاتهم المشتركة الخاصة بتذوق الإبداع الفنى فى مجال التصوير.

وفى كل من اتجاهى الإبداع والتذوق تتم العديد من العمليات الفرعية، التى تسهم فى تشكيل حركة عملية الإبداع الفنى الجماهيرى، واتجاهات الاتصال خلالها.

ومن جانب آخر فإن الإبداع الفنى الجماهيرى ليس مجرد مهنة، ينتظم إطار العلاقات، واتجاهات الاتصال فيها، بما استقر فى نظم هذه المهنة من تقاليد وأعراف تحدد حركة الاتصال فيها وأهدافها. ولكن الإبداع الفنى الجماهيرى عملية تتسم بالتغير والتدفق متأثرة بقوى عديدة، اجتماعية ونفسية، تؤثر فيها وتتأثر بها.

ولذلك يتسم الاتصال فى مجال الإبداع الفنى الجماهيرى بعدد من الخصائص التى تميزه عن غيره فى مجالات أخرى عديدة من مجالات النشاط الإنسانى. والتى تتمثل فيما يلى: -

الاتصال عملية مركبة ومعقدة

إن الاتصال فى هذا المجال بجانب كونه عملية تتسم بالحركة والتدفق والتغير، فإنه يتسم بأنه عملية مركبة، ومعقدة. وذلك للضرورات التى تفرض تداخلاً بين أنماط الاتصال من جانب. مثل حركة الاتصال الذاتى عند الفنان المبدع فى معايشته للفكرة الإبداعية فى مرحلة الإخصاب. وحركة الاتصال الشخصى لتطوير الفكرة ونموها بتأثير المعارف والخبرات المكتسبة من البيئة والآخرين فيها بالوسائل المختلفة. وكذلك حركة الاتصال بأنماطه المختلفة أيضاً خلال إعداد العمل الإبداعى للعرض في شكل من الأشكال الفنية. وذلك كله فى إطار العملية الاتصالية الكلية التى تستهدف جمهور المتلقين فى النهاية.

ومن جانب آخر تتم عمليات اتصالية متعددة يقوم به المتلقى أثناء القرار بالتردد على العمل الفنى، وأثناء التعرض إلى هذا العمل ليصل إلى اكتساب المهارات الخاصة بتقويم العمل وتذوقه فى سبيل استكمال العملية الاتصالية مع القائم بالاتصال فى العملية الكلية أيضاً.

وهذه العمليات الاتصالية التى يقوم بها المتلقى فى أشكال ومستويات متعددة هى التى تنمى لديه القدرة على التذوق والاستمتاع والاستغراق فى العمل الفنى، بوصفه هدفاً من أهداف الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

ويتجسد التركيب والتعقيد من جانب اخر فى اتجاهات التأثير المختلفة على عملية الإبداع الفنى فى هذا المجال، ومراحل إعداد العمل، وعلى عناصر عملية الاتصال - كما أوضحه النموذج السابق - دون ارتباط بزمن أو مرحلة معينة من مراحل الإبداع، وإخراج العمل الفنى فى النهاية.

وكذلك التركيب والتعقيد المرتبط بتعدد الرموز الاتصالية فى بناء الرسالة الاتصالية، بما يتفق مع طبيعة الوسيلة وتقنياتها ـ كما سيأتى تفصيلا بعد ـ لتجسيد المعانى الاتصالية المطلوب إيصالها إلى جمهور المتلقين. وهو مايختلف تماماً عن الاستخدام المحدود للرموز الاتصالية فى عمليات اتصالية أخرى مثل التعليم والإدارة والعلاقات العامة....إلى آخره على سبيل المثال.

وبالإضافة إلى ذلك فإن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى، لايمكن النظر إليه بمعزل عن القوى المتعددة التى تؤثر فى السلوك الإنسانى بصفة عامة. والتى تتفاعل مع بعضها فى إطار متكامل لاستكمال العملية الاتصالية، مثل الإدراك، والتعلم، والدوافع والاتجاهات، والقيم الاجتماعية، والمعتقدات والتقاليد التى تشكل إطار المعانى والدلالات، والأدوار والمراكز، والمواقف الاجتماعية ....إلى آخره. وهى القوى التى تتباين فى وجودها أو غيابها وشدتها فى عمليات الاتصال فى مجالات أخرى عديدة.

ذلك أن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى يتأثر بحركة هذه القوى وتفاعلها، سواء لدى الفنان المبدع. أو المؤسسات القائمة على إنتاج الأعمال الفنية، أو حركة الاتجاهات النقدية، أو اتجاهات التذوق الفنى لدى المتلقين فى النهاية. وتعتبر تأثيرات هذه القوى ونتائجها مظهراً آخر من مظاهر التركيب والتعقيد فى العملية الاتصالية فى هذا المجال. بجانب كونها من الضرورات الخاصة باستكمال العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها.

تعدد الرموز الاتصالية

كما سبق أن قدمنا يعتبر تعدد الرموز الاتصالية من مظاهر التعقيد والتركيب فى العملية الاتصالية للأعمال الفنية الجماهيرية. فالحوار المنطوق الذى يقوم على بناء

خاص للرموز اللغوية باعتبارها من الرموز الاتصالية السائدة، لاينفرد وحده ببناء إطار المعلومات والمعرفة فى الأعمال الفنية الجماهيرية. ولكنه فى معظم الأحوال - إن لم يكن كلها - أحد الرموز الاتصالية التى تؤثر فى نظام المعلومات فى هذا المجال.

فالمبدأ فى استخدام اللغة فى هذه الأعمال ليس لقدرتها على تجريد الأشياء ووصفها فى إطار الخبرة المختزنة، ولكنها يجب أن تكون أولاً لغة منطوقة ترتبط بالظواهر الصوتية كالتنغيم intonation على سبيل المثال، ولها أثر كبير فى تغيير معانى الكلمات ومجموعة الكلمات من جمل وخلافها.

ولذلك فإن الرموز الصوتية - والتى ميحثها علم الأصوات phonetics تعتبر ضرورة لتأكيد المعانى التى تحملها الرموز اللغوية المجرد، والتى لاتستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنها.

وبجانب ذلك فإن هناك رموزاً أخرى يستخدمها الممثل - وترتبط بها مهارته فى الأداء -لتأكيد المعانى وإيصالها إلى المشاهد، وهى ماتدخل فى إطار الرموز غير اللفظية non verbal. وتستخدم بجانب الحوار المنطوق مثل لغة الاحسام body languege مثل الإيماء والإشارة وتعبيرات ملامح الوجه،أو لغة الإشارة semiotics" ودائماً ماترافق الحوار المنطوق. بجانب المميزات أو الظواهر الصوتية مثل التنغيم أو الوقف والنبر.

إن هذه الرموز التى ترافق الحوار المنطوق تسهم فى تأكيد دلالة المعانى ووصولها بالشكل الذى يستهدفه الفنان فى تعبيره عن الموقف أو الحالة التى يعيشها فى الواقع الدرامى. وإذا كانت هذه الظواهر الصوتية، وغير اللغوية تصاحب الحوار المنطوق فى المسرح والسينما، بوصفها رموزاً اتصالية فهناك العديد من الرموز الأخرى التى تجسد معانى اتصالية معينة من خلال استخدامها فى الواقع الفنى مثل توظيف

الديكور، أو الملابس، والاكسسوار فى تحديد الزمان والمكان ورسم أبعاد الشخصيات على سبيل المثال. وبجانب ذلك تستخدم الرموز الموسيقية للإيحاء بمعانى معينة حيث تحمل المستمع إلى عالم آخر لارتباطها بالأحساسيس[1]. ولها دور فى تطوير الأحداث الرئيسية فى العمل الفنى. فنجد بجانب الجمل اللغوية الجمل الموسيقية التى تعبر عن المعانى وتهيء المشاهد. بل إنها قد تنفرد فى بعض المشاهد لتؤدى معنى الحوار اللفظى متزامنة مع الحدث فى نقل دلالات المشهد إلى المشاهد[2].

ومن الحقائق التاريخية أن دخول اللقطة المقربة close-up فى الفيلم السينمائى ساهمت فى رفع درجة المشاركة بين الفرد المتلقى وشخصيات الفيلم، عندما ساهمت عن قرب فى تجسيد الرموز غير اللفظية التى يستخدمها الممثل فى توصيل المعانى مثل تعبيرات الوجه المختلفة.

وبذلك لانغفل الرموز المضافة التى تقدمها الكاميرا فى الكشف والوصف والتعبير حتى أطلق عليها اصطلاح «الكاميرا القلم» لقدرتها على نقل المعانى والدلالات إلى المشاهد خصوصاً بعد التطوير المستمر فى تقنياتها وأساليب استخدامها.

ولاتقل رموز الإضاءة فى التعبيروتجسيد المعنى عن غيرها من الوسائل ذات الرموز الخاصة، والتى تتكاتف جميعها فى سبيل توصيل الفكرة أو المعنى إلى المشاهد. ولسنا بصدد الحديث عن تقنيات العمل الفنى الجماهيرى. ولكنه عرض على سبيل المثال لا الحصر إلى الأدوات والوسائل التى تستخدم رموزاً متعددة لنقل المعانى الاتصالية من الفنان المبدع إلى جمهور المتلقين.

وتعدد الرموز الاتصالية الذى يرتبط بخصائص الوسيلة يساعد على مشاركة المتلقى أكثر مع العمل الفنى ويحقق مزيداً من التفاعل مع هذا العمل لتفسير هذه الرموز فى إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالمتلقى. وفى نفس الوقت يدرب المتلقى على

ترويض الحواس للتعامل مع هذه المهارات فيكتسب القدرة على تذوق المعانى التى تنقلها هذه الرموز. ويؤدى هذا التدريب إلى زيادة خبرة المتلقى وتجربته فى تعرضه لهذه الأعمال الفنية، وإدراكه لرموزها الاتصالية.

سـيادة الاتجـاه الفـنى فى صياغة الرسالة الاتصالية

تختلف صياغة الرسالة الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى عنها فى مجالات أخرى عديدة للاتصال الإنسانى، فهى لاتهدف بالضرورة إلى تحقيق الأثر المباشر المرتبط بالوظائف التقليدية للاتصال. ولكن هذا الأثر يحدث لدى الفرد والمجتمع من تراكم الأفكار التى يرسمها الإبداع الفنى من وجهة نظر القائم بالاتصال بوصفه فناناً، وليس بوصفه باحثاً أو خبيراً أو عالماً يقدم الحقائق ويفسرها فى إطار الوظائف الاتصالية.

فالفنان وإن كان يستند من جهة إلى العالم الواقعى وإلى الطبيعة، غير أنه من جهة أخرى يقوم بتشكيل المعطيات الأولى التى يقدمها له الواقع وفقاً لرؤيته الشخصية، فيطبعها بأسلوبه، ويعود هذا الأسلوب بدوره بتشكيل الواقع. أى يجعل متذوق الفن يرى الواقع من خلال أسلوب الفنان. فالفنان يقوم بعملية تجريد، ولكن الصفات المجردة والجوانب المعزولة فى رؤيته ليست لها وظيفة نفعية فقط، ولكنها تتناول القيم الجمالية. فالدافع هنا ليس دافعاً معنوياَ أو بيولوجياً، ولامعرفياً بحتاً، ولكنه الدافع إلي الخلق فى مجال خاص هو المجال الجمالى، والذى يختلف جوهرياً عن المجال النفعى، كما يختلف عن المجال الفكرى الاستدلالى(٣).

فالرسالة الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى، ليست خبراً يصور الوقائع والأحداث بدقة وموضوعية، وليست تحليلا لها يعتمد على الوثائق والحقائق. ولكنها رؤية

ذاتية للفنان لهذا الواقع والأحداث، تتفاعل فى عرضها القيم الوظيفية، والقيم الجمالية التى تتطلب توظيفا للأدوات والمهارات المتاحة للفنان لنقل هذه الرؤية إلى الفرد المتلقى للعمل الفنى باعتباره رسالة اتصالية فى مجال الإبداع الفنى.

ولعل هذا الاتجاه هو الذى أثار جدلاً حول علاقة العمل الفنى الجماهيرى بالواقع ودرجة تمثيله أو تصويره لهذا الواقع.

وذلك مثل الجدل الذى قام بين أصحاب المدارس المختلفة فى المسرح حول فكرة المحاكاة imitation ودرجة تصويرها للواقع، والاتجاه نحو فكرة المماثلة identity وظهر تفسير المحاكاة على أنها التشابه والاختلاف، فالتشابه يكون فى سلوك الإنسان الانفعالى والنفسى والروحى أو واقع النفس البشرية، أما المخالفة فإنها تكون فى الصورة التى تكشف بها عن هذه الأمور، إنها فى الخارج طريقة التعبير التى تستنطق بها الشخصيات للكشف عن أعماقها وأغوارها[٤]. وأن أساس العمل المسرحى هو الجدل أى تقديم عالم مصنوع على الجدل لا المحاكاة، فلا يصل العمل المسرحى إلى المتفرج باعتباره محاكاة تسجيلية لعالم الواقع، ويتطلب من المتفرج أن يعيش عن طيب خاطر، ولفترة العرض الوهمى المسرحى باعتباره واقعاً[٥].

وفى السينما ناقش عدد من النظريات علاقة الصورة السينمائية بالواقع، وأدى تقصيهم الأمر إلى التساؤل عما إذا كان الفيلم يستطيع أن يمثل الواقع بأمانة وصدق، وإذا استنسخ الفيلم مافى الواقع، هل يمكن أن يكون فناً، وهل من المفضل فنياً أن تبدع فيلما يمثل الواقع[٦].

إن أى فيلم يستطيع أن يمثل الواقع بأمانة، ولكنه لايفعل ذلك بواسطة خصائصه المرئية والصوتية فقط، ذلك أن قوى الفيلم المؤثرة تفعل فعلها هى الأخرى. ولو اخترت العناصر المرئية والصوت وحدها، فإن الأفلام التى تمثل الواقع لايمكن أن تصبح فناً،

ولكن إذا جندت القدرات المؤثرة فى الفيلم فإنه يمكن للفن وتصوير الواقع أن يتواجدا معا[٧].

وطبيعة الفن هى التى تضفى الطابع الخاص على الرسالة الاتصالية الممثلة فى العمل الفنى، وبذلك تظهر الرسالة متأثرة فى عرض الفكرة ووسائل التعبير بهذا الطابع. الذي لايفرض على الفنان أن يكون ناقلاً لخبر أو متحدثاً فى محاضرة على سبيل المثال. ولكنه يصبغ رسالته فى العمل الفنى من خلال مزيج من القيم الوظيفية والجمالية التى تستهدف التأثير فى المشاهد عقلياً ووجدانياً معاً.

وإذا ما أضفنا تأثير طبيعة الفن فى صياغة الأعمال الفنية، وتعدد الرموز الاتصالية فى محتوى هذه الأعمال. نجد أن الرسالة الاتصالية فى النهاية شىء مختلف تماماً عن الرسالة المكتوبة أو الشفوية. وتتطلب الرسالة الاتصالية فى الإبداع الفنى تفاعلاً للمدركات الحسية والعقلية والوجدانية لدى المشاهد أثناء عملية المشاهدة.

الرسالة الاتصالية
إبداع فنى جماعى

يتطلب تحويل الفكرة الإبداعية إلى عمل فنى جماهيرى تضافر عدد كبير من الجهود التى تتجه إلى صياغة هذه الفكرة المكتوبة - مؤلف أو نص مكتوب - بوصفها رسالة اتصالية لتتعامل مع المدركات الحسية والعقلية لجمهور المتلقين.

وبذلك تنتقل الفكرة من إبداع فردى، إلى جمهور المتلقين من خلال الإبداع الجماعى، الذى يستفيد بالطاقات والإمكانيات والمهارات الإبداعية لكل فرد فى فريق العمل، والذي لايمكن لفرد واحد أن يجمعها معاً.

والكثير من مجالات النشاط الإبداعى حتى وإن بدأت فكرة لفرد، فإنها لاتتحول إلي عمل اتصالى جماهيرى، مالم تسهم فيها الجماعة بشكل أو آخر لإخراجها إلى حيز

الوجود. وبذلك فإنه لامجال لآراء جوستاف لوبون فى الحديث عن إحباط الجماعة للقدرات الفردية المتميزة عندما يقول«إن المكتسبات الفردية تضمحل فى إطار الجمع وتزول معها الشخصية الخاصة لكل واحد»[٨].

ذلك أن الأدوار فى صياغة الرسالة الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى، ليست أدواراً هامشية، ولكنها أدوار تكميلية. لايمكن إنتاج العمل الفنى الجماهيرى بدون أى منها. وحتى لو تمكن فرد واحد من عدد من القدرات الإبداعية المتميزة، فإنه لن يكون متمكناً من كل القدرات الإبداعية الضرورية لإنتاج هذا العمل.

فالنص الموسيقى يحتاج لعرضه جماهيرياً، موزعاً للنص، وقائداً للأوركسترا وعدداً كبيراً من العازفين - مؤدين - كل فى مجال تخصصه. وكذلك المسرحية التى تحتاج بجانب مؤلفها إلى المخرج والمؤدين بجانب عدد كبير من أصحاب الاختصاص فى الديكور والإضاءة والملابس والموسيقى.. إلى آخره. وقد نكون سمعنا عن المخرج السيناريست والمصور فى عدد من الأفلام السينمائية، إلا أن عدداً اخر فى فريق العمل تظل الحاجة إلى إبداعه ضرورة لإنتاج العمل. وهو عدد كبير جداً إذا ماقورن بأى من الأعمال الفنية الجماهيرية فى مجالات أخرى.

وبهذا فإن العمل الفنى الجماهيرى - بوصفه رسالة اتصالية إلى جمهور المتلقين - هو ناتج جمعى، قام على مشاركة عدد من المبدعين كل فى مجال تخصصه. ويصبح الناتج فى هذه الحالة هو محصلة تواصل بين هذا المجموع، يرتبط بالهدف النهائى لإنتاج العمل الإبداعى الفنى.

وعلى الرغم من أنه لاتوجد بحوث ودراسات فى هذا المجال، حيث اكتفت الدراسات السابقة بالإنتاج الجمعى على الإنجازات الرياضية والهندسية، أو الإبداع الأدبى الذى يتميز بفرديته. إلا أننا يمكن أن نضع عدداً من الفروض النظرية التى تصلح مجالاً

للدراسة والتجريب في مجال إنتاج الجمعى للأعمال الفنية الجماهيرية. والتى يمكن أن تنطلق إلى دراسات أخرى خاصة بهذا المجال مثل :.

- يرتبط نجاح الاتصال بين هذا الفريق - فى إطار الهدف العام - بوحدة الإطار المعرفى العام الذى يؤثر فى اتجاهاتهم نحو السياق الاجتماعى والثقافى للعمل المستهدف.

- يرتبط نجاح الاتصال بينهم بالاتجاه الإيجابى المتبادل نحو بعضهم البعض من جانب، واتجاههم الإيجابى أيضاً نحو العمل المستهدف.

ويعتمد هذا الفرض على التعميمات الخاصة بدراسة التوازن والاتساق فى نماذج «هيدر» Heider ونيو كومب Newcomb فى الاتساق المعرفى وهو ما سيتأتى التعرض له تفصيلاً فى الفصول القادمة.

- يتأثر التباين أو الاتفاق بين الأفراد فى فريق العمل بمستوى التباين أو الاتفاق في الدوافع الفردية.وبصفة خاصة دافعية الإنجاز، ورؤية كل فرد لأهمية الدوافع فى علاقتها ببعضها من جانب، وعلاقتها بالعمل الفنى الجماهيرى وأهدافه من جانب آخر.

- يتطلب دعم الاتصال بين هذا الفريق، التحديد في حجم هذا الفريق، وبالتالى كلما زاد عن الحد المطلوب لإنتاج العمل كلما تأثرت محصلة اتجاهات الاتصال بين فريق العمل.

ولايخفى فى هذا المجال أهمية قيادة فريق العمل، فى تحقيق أهداف الاتصال، وتجاوز الصعوبات التى تظهر بين هذا الفريق فى سبيل تحقيق هذه الأهداف. بالإضافة إلى أهمية هذه القيادة فى استثارة القدرات الإبداعية لدى كل فرد فى هذا الفريق. ذلك أنه فى إطار الإبداع الجمعى تواجه عملية الإبداع الفردى صعوبات كثيرة، تتبلور بصفة خاصة فى المناخ العام للعلاقات بين فريق العمل، الذى يميز المناخ فى الوحدات

الإنتاجية وبذلك فإن دور قائد فريق العمل فى هذه الحالة هو تهيئة المناخ العام لتبنى الفكرة الجديدة ورعايتها.

فعادة مايخشى على الأفكار الجديدة من عدم وصولها إلى مجال التحقيق بسبب أربعة عوامل هى(٩):

- القصور أو عدم القدرة على إظهار الفكرة.
- الخوف من النقد، خشية أن تكون الفكرة قد أخذت طريقها من قبل الآخرين، وبالتالى تعتبر مسروقة.
- الإحساس بعدم صلاحية أو مشروعية الفكرة من أجل استخدامها العلمى .
- عدم القدرة على استغلال اللحظة المناسبة لظهور مثل هذه الفكرة.

ويعتبر المناخ الديمقراطى بين فريق العمل، والذى يمكن أن ينشده قائد الفريق - المخرج على سبيل المثال في المسرح والسينما - يعتبر هذا المناخ ضروريا لتجاوز هذه الصعوبات التى تحول دون ظهورالأفكار الإبداعية لدى الأفراد فى فريق العمل وانطلاقها.

وفى هذه الحالة لايمكن أن نغفل أهمية نمط القيادة leadership داخل الجماعة ودورها فى تهيئة المناخ الاجتماعى والنفسى الذى ينعكس على السلوك الاتصالى بين أعضائها، خاصة إذا ما اصطدم هذا المناخ بتأثير «الأنا» Egoفى حركة العملية الاتصالية داخل الجماعة، وذلك لارتباط الاتصال في هذا المجال بمفهوم الإبداع من جانب، والفنى من جانب آخر. ومايعكسه كل من المفهومين على مفهوم الذات Self-concept لدى الفنان المبدع. ومايتطلبه ذلك من التوافق بين مفهوم الذات والدور الذي يقوم به. وينعكس هذا التأثير على العلاقات بين الفنان المبدع والمؤسسة، وكذلك بين فريق العمل بوصفهم من المبدعين، كل فى مجال تخصصه.

اهمية مشاركة المتلقى
فى العمل الفنى الجماهيرى

تركز البحوث والدراسات الخاصة بجمهور وسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة على الدور الإيجابى والنشط فى العملية الاتصالية. وذلك بما يعكسه السلوك الاتصالى لهذا الجمهور عند عملية التعرض إلى الأفكار أو الآراء أو الموضوعات فى هذه الوسائل. أو من خلال تأثيره فى صياغة توقعات القائم بالاتصال عن سلوك هذا الجمهور، وعلاقة هذا السلوك بقبول الأفكار أو رفضها.

وإذا كان هذا يعتبر مبدأ عاماً فى تقدير قيمة جمهور المتلقين فى العملية الاتصالية بصفة عامة. فإن هذا التقدير ترتفع أهميته فى الأعمال الفنية الجماهيرية، لارتفاع مستوى الإيجابية والمشاركة فى الاتصال من خلال هذه الأعمال مقارنة بالاتصال من خلال الأعمال الاتصالية الأخرى مثل الأفكار أو الموضوعات المطبوعة أو البرامج الإذاعية فى الراديو والتليفزيون.

ذلك أنه إذا ما استثنينا التعرض إلي هذه الأعمال من خلال الراديو والتليفزيون أو أجهزة التسجيل المسموعة والمرئية المسموعة، فإنه فى معظم الأحوال نجد أن جمهور المتلقين هو الذى يذهب بإرادته إلى قاعات العرض المختلفة للمشاركة فى العملية الاتصالية سواء بالنسبة للعرض الموسيقى أو المسرحى أو الفيلم السينمائى. راضياً بظروف الاستماع أو المشاهدة التى تفرضها قيود وضوابط العرض ، دون أن يتوافر له القدرة على السيطرة على ظروف الاستماع أو المشاهدة مثل ظروف التعرض إلى وسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى.

هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن الأفكار التنفيذية للأعمال الفنية الجماهيرية تقوم أساساً على المشاركة الكاملة فى استكمال هذا العمل خلال فترة الاستماع والمشاهدة،

والاستدلال عما يهدف إليه من معان أو أفكار.

وعلى سبيل المثال فإن العمل الموسيقى وإن لم يكن واضحاً بشكل كامل مثل الأعمال الفنية البصرية الأخرى، إلا أننا لايمكن أن نغفل محتوى العمل الموسيقى الذى استهدف الفنان التعبير عنه من خلال الجمل اللحنية وتركيبها فى تنويعات عديدة، تنقل تعبيراتها إلى المستمع الذى تقع عليه فى هذه الحالة مطابقة العمل على المحتوى. لتستكمل الرسالة مقوماتها لتصل إلى المستمع الواعى والمدرب على استقبال هذه الألحان وتفسيرها من خلال الانفعالات والأحاسيس الوجدانية التى يشعر بها أثناء عملية الاستماع.

وكذلك بالنسبة للمسرح الذى لايتطلب من المشاهد مجرد المشاهدة، ولكن يجب أن يدفعه إلى عمل شىء أكثر من هذا، وهو صياغة التفاعل بين الوعى الخاص به وفكر المسرح لإصدار حكمه فى النهاية.

وكذلك السينما التى تتفاعل بأكثر من لغة - كما سبق أن ذكرنا - لعرض الفكرة على المشاهد. ويعى الفنان ذلك تاركاً للمشاهد صياغة التفاعل بين هذه اللغات للكشف عن الفكرة وبواعثها.

وهذه الأعمال تلتقى جميعها فى أنها تأخذ فى اعتبارها دور المتلقى فى صياغة التفاعل بين الرموز الخاصة بكل عمل، وماتشير إليه من معان أو دلالات، يستكملها بنفسها ويفسرها فى إطار معرفته وانطباعه عما تشير إليه هذه الرموز من معان بعد استكمالها وإدراكها.

وإذا كانت هذه الأعمال تتفق فى اعتمادها على المتلقى فى عملية الاستدلال والوصول إلى الفكرة الأساسية من العمل. فإن الفيلم السينمائى يقوم بصفة خاصة على الارتباط والتفاعل العضوى بين حركة الفيلم والخصائص العضوية للمشاهد التى

تعتبر ضرورة لخلق الحركة وإضفائها على الصورة الثابتة فى الفيلم. فما يراه المشاهد على الشاشة هو تتابع لصور ثابتة - ٢٤ صورة ثانية،٢٥ صورة /ثانية، تنطبع كل صورة منها على شبكة العين التى تقوم على الفور بإرسالها كإشارات إلى مركز الرؤية فى المخ من خلال الأعصاب البصرية وتظل منطبعة فيه حتى تلحق بها الصورة التالية..... وهكذا. وبذلك فإن مخ المشاهد هو الذى يحول ثوابت الصور هنا إلى حركة مستمرة فيما يسمى بانطباع النظر persistence of vision(١٠)

وهذا الدور الذى تفرضه الأعمال الفنية الجماهيرية على المتلقى يشكل جهداً كبيراً يبذله مقارنة بالجهد الذى يبذله فى تعرضه لوسائل الاتصال الأخرى. مما يستدعى أن يضع الفنان المبدع فى اعتباره هذا الجهد مقارنة بالعائد الذى يحصل عليه المتلقى من مشاهدته لهذه الأعمال. وتأثير العلاقة بين الجهد والعائد فى اتخاذ قرار المشاهدة كما سبق أوضحنا فى الفصل الأول من هذا الكتاب.

الوظيفة الاتصالية يحددها المتلقى

على الرغم من أن البدايات الأولى للأعمال الفنية الجماهيرية قد ارتبطت بوظائف محددة، وأصبحت بعد ذلك من خصائص هذه الأعمال، مثل ارتباط وظيفة المسرح بالتطهير، وارتباط وظيفة الفيلم السينمائى بالتسلية والترفيه. على الرغم من ذلك فقد تأثرت هذه الأعمال الفنية باتجاهات جمهور المتلقين الحديثة، والتطور التقنى، وعوامل التمويل فى تطوير وظائفها الاتصالية فى المجتمع.

فقد ابتعد المسرح عن المفهوم التراجيدي، وانتقلت الدراما الحديثة من تصوير الحياة الخاصة إلى تصوير الحياة العامة، ثم بعدها عن العواطف العنيفة من

الانفجارات الكوميدية إلى قليل من الكوميديا ومافيها من فكاهة ونقد، وهذا نتيجة لظهور الرجل العادى الذى لاتترك له ظروف حياته ومعيشته واهتمامه بمستقبله وقتاً كى يتغنى شعراً، أو تضفى على حديثه سحراً، أو تملأ رأسه خيالاً (١١).

وأصبحت الدراما هى نشاط معرفى، واع، حركى، جماعى، تمثيلي. بمعنى أنه قد يشخص تجربة ماضية استحضاراً مصطنعاً أو يجسد رؤية افتراضية فى شكل محسوس. وهو نشاط يطرح صراعاً يحدد من خلال طبيعة القوى المتصارعة، ويتتبع مسار الصراع فى مراحل احتدامه وتأزمه ثم انفراجه سواء عن طريق المصالح أو الفصل بين قوى الصراع. وهذا يعنى ترشيد الوعى الجمعى لاستقبال التجارب الحياتية وتفسير معناها وقوانينها وتحويلها إلى نمط من التوقعات يتم انتظامه فى تيار الوعى، وتوصيله إلى آخرين، وذلك بجانب تفسير الظواهر والقوى الطبيعية الغامضة تفسيراً إنسانياً، فى ضوء التجربة الإنسانية ومنطقها بحيث يسهل فهمها واستيعابها(١٢).

وتصوير الحياة العامة ونقل التجارب الحياتية يوفر عدداً من الوظائف التى يمكن أن يقوم بها المسرح، ويتم تفسيرها فى إطار معالم هذه الحياة وتجاربها ومايستهدفه الكاتب من هذا التصوير والنقل في التأثير على الإطار المعرفى للفرد المتلقى، ليصبح قادراً بعد ذلك على مواجهة هذه التجارب وتفسيرها فى إطار المعانى التى يقدمها العمل الفنى إلى جمهور المتلقين.

وكذلك لم تعد وظيفة الفيلم السينمائى هى التسلية فقط، التى ارتبطت بها فترة النشأة وظروف المكان وحدود عدد المشاهدين للفيلم فى بداياته الأولى. ولكنها تعددت بتعدد الوظائف الاتصالية من جانب. فأصبح بعد ذلك يتناول التجارب الاجتماعية والسياسية والتاريخية ويهدف إلي نقل المشاهد إلي عالم آخر يصنعه الفنان غير العالم

الحقيقى الذى يعيشه. ليتحقق للمشاهد رغبته فى التحليق إلى عالم الخيال والواقع المصطنع كما سبق أن أوضحناه من قبل.

والفنان المبدع فى تناوله للعمل الفنى الجماهيرى يحاول جاهداً التوفيق بين المتطلبات الإبداعية والأهداف الجمالية من جانب والإطار المعرفى للفكرة من جانب آخر. من خلال عدد من الأساليب والمواقف المختلفة، بجانب التقنيات الخاصة بإعداد العمل الفنى للعرض الجماهيرى. ويعى الفنان أيضاً أن العمل الفنى الجماهيرى يعد للعرض على عدد كبير من المتلقين - جمهور كبير الحجم - متباين فى خصائص وسماته العامة والاجتماعية والثقافية التى تؤثر فى استقباله للعمل وتفسيره له.

ولذلك فإنه إذا كانت الوظيفة العامة لمشاهدة هذه الأعمال من جانب المتلقين تتمثل في قضاء وقت الفراغ فى عملية المشاهدة. فإن هذا لايكون هو الهدف أو الوظيفة بالنسبة للفنان المبدع. وإلا لكانت اقتصرت وظيفة هذه الأعمال على التسلية والترفيه فقط. ولكن الفنان يهدف أن يشارك من جانبه فى تحقيق عدد من الوظائف الأخرى المرتبطة بتطوير المعرفة وأهدافها لدى الفرد والمجتمع.

ولكن استقبال هذه الوظائف التى يمكن أن تتجسد فى عمل واحد، يختلف من متلقى إلى آخر. حيث يقوم كل منهم بتفسير الوظيفة، وتحديدها فى إطار خبرته وتجربته وحاجته من المشاهدة أو الاستماع. وهذا يفسر القول بأن وظيفة العمل الفنى - مثل السينما - تظهر بداية فى عين المشاهد(١٣)، والذى تختلف رؤيته عن غيره فى تفسير العمل ووظائفه

فهناك عدد من المتلقين ينظرون إلى الأعمال فى إطار ماتقدم من معارف وخبرات جديدة خاصة بالعلاقات الإنسانية. وآخر يفسرها فى إطار تأثير الصراع على هذه العلاقات، وغيره يفسرها فى الإطار العقائدى أو المذهبى، وبالمثل يمكن أن تختلف

الوظائف باختلاف رؤية الأفراد للمقدمات والنتائج، وميل كل فرد إلى دعم قيمة فنية أكثر من الأخرى، فى مشاهدته لهذه الأعمال. وإن كان الكثير من هؤلاء يشاهدون هذه الأعمال بهدف التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ، أو الهروب من عالمهم الحقيقى إلى العالم الذى يرسمه الفنان فى العمل الفنى الجماهيرى.

وبهذا نجد أن العمل الفنى الواحد قد يتناول أكثر من وظيفة اتصالية يراها الفنان ضرورة من خلال عرض العمل، أو يراها المجتمع كذلك. ولكن اختلاف تفسير هذه الوظائف وموقعها ونسبة وجودها فى العمل الفنى، تختلف باختلاف جمهور المتلقين الذين يختلفون فيما بينهم فى خصائصهم وسماتهم. وأهداف المشاهدة أو العائد المتوقع منها. بالإضافة إلى اختلاف التفسير الذى يتفق مع الإطار الدلالى والتجربة الخاصة بكل مشاهد التى تختلف بين أفراد المشاهدين باختلاف تأثير الإطار الاجتماعى والثقافى بينهم.

وتتفق هذه الظاهرة مع الأعمال الفنية الجماهيرية، ولكنها لاتتفق بنفس الطريقة مع الأعمال الفنية التى توجه إلى الجمهور الخاص والتى تستهدف وظيفة محددة بذاتها مثل التعليم أو نشر الأفكار الجديدة التى تتناولها الأعمال الفنية التسجيلية على سبيل المثال.

وهذا التعدد والتباين فى رؤى المشاهدين لوظيفة العمل الفنى الجماهيرى، يضع صعوبة على توقعات الفنان حول اتجاه الجمهور من هذا العمل وأهدافه منها. وهذا مايفسر البدء دائماً بتفسير الوظائف الاتصالية من خلال الفنان أولاً، وكذلك فريق العمل وتصنيف العمل على هذا الأساس. وليس من خلال وجهات نظر المشاهدين لهذا العمل التى قد تتباين بتباين خصائصهم وسماتهم الأولية والاجتماعية والثقافية.

ويفسر أيضاً فى نفس الوقت التباين الذى يسجله الباحث بين مايستهدفه الفنان،

وهو هنا القائم بالاتصال، ومايتحقق من نتائج جانبية من عرض الأعمال الفنية الجماهيرية. مثل حدوث الذعر بين الجماهير نتيجة التركيز على الأخطار الاجتماعية التى تواجهها، أو التخدير ودعم السلوك السلبى للمشاهد نتيجة اكتفائه بمجرد المشاهدة والمعرفة من خلال تعرضه لأعمال جاهزة بالحل دائماً، وحدوث ظاهرة الاغتراب وابتعاد المشاهد عن واقعه الحقيقى وكذلك إحساس المشاهد بالإحباط نتيجة إدراكه بقدراته أو قدرات المجتمع التى لاتصل إلى مايرسمه الواقع الفنى أو الصورة التى يرسمها العمل الفنى الجماهيرى. بجانب انتشار ظاهرة العنف وانخفاض الذوق العام لإنتاج أعمال ترضى الرغبات الوقتية والسريعة للجماهير التى تتفق خصائصها وسماتها مع هذه الاتجاهات.

وتدعم هذه التفسيرات اتجاه كل من تشارلز رايت Charles R.Wright وروبرت مورتون Robert K.Morton فى الفصل بين النتائج الإيجابية والسلبية، أو الظاهرة والكامنة للأعمال التى يتعرض لها الجمهور فى وسائل الاتصال الجماهيرى. وتأكيدهما على الفروض القائلة بحدوث هذه النتائج جنبا إلى جنب بتأثير عوامل وقوى عديدة فى العملية الاتصالية(١٤).

تأثير ظروف المشاهدة فى قاعات العرض

على الرغم من أن هناك عدداً من البحوث انتهت إلى أن سلوك التردد على السينما - كمثل من أمثلة قاعات العرض الجماهيرى - هو سلوك مخطط ومقصود من قبل المشاهد، وأيضاً سلوك جماعى في التفكير فى الذهاب أو تنفيذ الفكرة، وأن معرفة المشاهد للعمل الفنى قبل ارتياده ترتبط بهذا الميل الاجتماعى(١٥).

على الرغم من ذلك فإن ظروف المشاهدة تفرض على الفرد العزلة أثناء عملية المشاهدة، حتى لو كانت هذه العملية تتم فى إطار اجتماعى. حيث تحد ظروف المشاهدة فى قاعة العرض من التحرك أو التواصل مع الآخرين، أو إبداء الرأى أثناء العرض. حتى لايسبب هذا السلوك إزعاجاً للآخرين فى القاعة أو يقطع على الممثلين فى المسرح، أو العازفين فى العرض الموسيقى، تواصلهم مع إيقاع الأحداث التى يعرضها العمل الفنى.

وهذه الحالة تفقد الفرد اتصاله الشخصى مع الآخرين الذى يدعم أو يغير رأيه أو اتجاهه نحو العمل. وبالتالى فإن الفرد يتحول خلال فترة العرض إلى شخص منعزل، يسلك فى هذه الحالة سلوك الحشد أو الجمهرة mass فينصاع خلال فترة العرض للاتجاه السائد من جمهور المشاهدين نحو العمل. و لايعبر انصياعه فى هذه الحالة عن الأثر الخاص بالعمل الفنى بقدر مايعبر عن انصياعه عفوياً لسلوك الحشد أو الجمهرة، الذى يميز الأفراد المنعزلين الذين يكونون جمهور المشاهدين خلال فترة العرض. وفى كثير من الحالات لاتعبر الاستجابة إلي المواقف الضاحكة بتأثر الفرد بهذه المواقف بقدر ماتعبر عن انصياعه لاستجابة الآخرين إليها. ولعل هذا مايفسر تسلل عدد من الأفراد الموالين إلى قاعات العرض بين جمهور المشاهدين لتشكيل استجابة هذا الجمهور إلي المواقف التى تعرضها الأعمال الفنية.

وهذا مايفسر أيضاً تسجيل الضحكات على الشريط المسجل الذي يذاع فى التليفزيون للتأثير فى الفرد الذى يشاهد التليفزيون فى عزلة عن الآخرين الذين قد يحيطونه أثناء فترة المشاهدة [١٦].

ولذلك فإننا لانركن إلى أن استجابة جمهور المشاهدين إلى العرض أثناء فترة المشاهدة داخل القاعة، لانركن إلى هذه الاستجابة على أنها تقويم للعمل أثناء عملية

المشـاهدة، أو أنها تغـذية مرتدة سريعـة أثنـاءها. لأن التـقويم عـادة مـايتم بعـد ذلك فى المواقـف الاتصـالية الاجتـمـاعيـة والتى يؤثر القرار فيهـا على تردد الآخرين علـى العمل أو الابتـعـاد عنه. وهو مـا أكدتـه الدراسـات المذكورة من قبل. وكذلك لايعبـر الانسـحـاب من مشـاهدة العمل أثناء عمليـة المشـاهدة عن تقويم سريع أو عـاجل، اتخـذ شكل السلوك السلبى نـحـو العمل الفنى. بقدر مايعبـر عن صـعـوبات الاتصـال خـلال فـترة المشـاهدة، والذى يتـمـثل بصـفة خـاصـة فى عدم الوضـوح المعرفى للرموز المسـتـخـدمـة فى عـرض الرسـالة الاتصـاليـة المـمثلة فى العـمل الفنـى، أو غيـاب الخـبـرة المشـتـركـة التى تجـعـل المشاهد يتفاعل مع التجربة التى يعرضها العمل الفنى الجماهيرى.

وإذا كان مثل هذه التـأثير لايلاحظ فى العروض الخاصـة بالأعمـال الفنية الراقيـة مثل عروض المسرح الكلاسيكى أو الأعمال الموسيقية الراقية. فذلك لأن جمهور هذه الأعمال فى هـذه الحـالة يشـكلون جـمـهـوراً خـاصـاً specialized audience يتسم بالاهتمامات المشتركة بالعمل وأهدافه منذ البداية.

أمـا فى الأعمـال الجمـاهيرية فإن جمـهور المشـاهدين هـم من الجـمـهور العـام mass national audience الذى يعـرض نفسـه لوسـائل الاتصـال الجـمـاهيـرى فـرديا وبطريقة شـخـصـية، وليسـت له اهتـمامـات مشـتركة مـع الغيـر، ورد الفعل عند عضـو هذا الجمهور يكون مستقلاً، لاستقلال تعرضه واستجابته[١٧].

ولايغير من طبيعة الجمهور العام توزيعهم فى فئات من خلال أسعار التذاكر، فتباين الأسعار لايعبر عن عزل للفئات أثناء تعرضها، بقدر مايشير إلى تميز للمواقع الخاصة بالتعر ض والمشاهدة. ويظل التباين قائماً فى اتجاه الأفراد نحو العمل وهدف المشاهدة الذى يتوقعه الفرد من العمل كما سبق أن أوضحنا من قبل.

تأثير عملية النقــد الفنــى

تعتبر عملية النقد الفنى للأعمال الفنية الجماهيرية، عملية اتصالية، تتم فى إطار عملية الاتصال في مجالات الإبداع بصفة عامة والجماهيرى بصفة خاصة. لما تقوم به من وظائف تسهم بدورها فى استكمال العملية الاتصالية العامة وتحقيق أهدافها.

والنقد الفنى عملية اتصالية فرعية، يقوم خلالها الناقد الفنى فى وسائل الاتصال الجماهيرى - وبصفة خاصة الصحف بأنواعها - يقوم خلالها الناقد بدور المتلقى فى علاقته بالعمل الفنى الجماهيرى، ومرسل أو قائم بالاتصال مرة أخرى فى علاقته بجمهور المتلقين والمؤسسة الإنتاجية مع الجانب الآخر. سواء تمثل الدور الأخير فى تقويم الأعمال الفنية الجماهيرية من خلال المعايير والأسس الفنية والأكاديمية، أو تمثل فى عملية إرشاد وتوجيه جمهور المتلقين إلى الانتقاء والتعرض المقصود إلى الأعمال الفنية المعروضة.

ونظراً لتزايد اهتمام الجماهير بالتعرض إلي الأعمال الفنية الجماهيرية فقد اهتمت الصحف بتخصيص أبواب وزوايا فنية خاصة، يتولى محرروها عملية النقد الفنى وتحليل الأعمال الفنية الجماهيرية وكتابة المقالات النقدية فيها بصفة دورية أو غير دورية. لتقوم هذه الصحف من خلال الأبواب والزوايا الفنية المتخصصة بدورها فى عملية الاتصال في مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

وبذلك فإن عملية النقد الفنى بجانب أنها عملية اتصالية، تسهم فى وصف عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى بالتعقيد أو التركيب كما سبق أن نكرنا. فإنها تسهم أيضاً بدورهافى تدفق دورة الاتصال كلها، أو تحديدها تبعاً لتأثيرها

على أطراف عملية الاتصال، واعتماد جمهور المتلقين عليها فى اتخاذ قرارات الانتقاء والتعرض للأعمال الفنية الجماهيرية.

وتختلف أهمية عملية النقد الفنى واتجاهات تأثيرها، باختلاف نوعية الصحف ومستوى التعليم الذي يؤثر إلى درجة كبيرة فى اعتماد جمهور المتلقين على النقد الفنى فى اتخاذ قرارات الانتقاء والتعرض.

ففى الصحف الفنية المتخصصة، التى توجه محتواها إلى الجمهور الخاص من أصحاب الاهتمام المشترك بالجوانب والأبعاد الفنية والأكاديمية للأعمال الفنية الجماهيرية، يتسم المحتوى بعمق البحث والدراسة، والاستدلال العلمى عن ماهية العمل الفنى وقيمته فى المجالات الفنية والأكاديمية. ويتوجه النقد فى هذه الحالة إلى الجمهور الخاص، بوصفه أيضاً تغذية مرتدة أو راجعة feed back إلى القائمين بهذا العمل، بوصفهم قائمين بالاتصال فى عملية الاتصال الفنى الجماهيرى، ويكون النقد فى هذه الحالة للتقويم والتقدير الخاص، الذي يقوم على أساسه القائمون بالعمل بالتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية فى العمل الفنى الجماهيرى وتقويمه.

أما فى الصحف العامة، فإن الأبواب والزوايا الخاصة، فإنها تقوم بدورها فى شرح وتفسير العمل الفنى فى أسلوب سهل مبسط. يساعد المتلقى على إدراك رموز العمل وأهدافه وتقويمه. ومساعدته أيضاً على اتخاذ قرارات الانتقاء والتعرض. بجانب الدور الذي يقوم به النقد فى هذه الصحف من شرح وتفسير للجوانب الوظيفية للأعمال الننية الجماهيرية.

وفى الحالة الأخيرة، فإن المحتوى النقدى يمثل فى هذه الحالة رسائل اتصالية إلى الجمهور العام، تدعم العمل الفنى بالترغيب، أو تقاومه بالحث على التجنب أو الابتعاد.

ويتلقى الناقد الفنى فى الحالة الأخيرة جزءاً من الرسائل المرتدة من جمهور

المتلقين، التى تعبر عن رجع الصدى أو التغذية المرتدة أو الراجعة للرسائل النقدية، التى تؤكد أو تدعم الرسائل المرتدة للنقد الفنى إلى القائمين بالعمل فى دورة الاتصال الخاصة بالعمل الفنى المعروض على الجماهير أو المتوقع عرضه عليهم فى فترات لاحقة.

وبهذا تظهر أهمية النقد الفنى وتأثيراته فى عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى وتؤكد أهمية التقرير الموضوعى في المحتوى النقدى. الذى يمكن أن يعتمد عليه كل من القائم بالاتصال والمتلقى فى هذه العملية.

وتؤكد أيضاً أهمية الخصائص والسمات الثقافية للناقد الفنى فى إطار عملية الاتصال، وأهمية الاتجاهات الفكرية للصحف، أو القائمين على الصفحات والزوايا الفنية المتخصصة فى تناول الأعمال الفنية الجماهيرية بالنقد والتحليل. حيث لايمكن النظر إلى عملية النقد والتحليل لهذه الأعمال بمعزل عن الخصائص والسمات الثقافية والاتجاهات الفكرية للصحف أو العاملين فيها. بوصفهم عنصرا من عناصر العملية الاتصالية كما سبق أن أوضحنا فى نموذج الاتصال في مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى السابق شرحه وتفسيره فى الفصل السابق.

وبجانب التقرير الموضوعى فى المحتوى النقدى، تظهر أهمية تحقيق التوازن بين المتطلبات الأكاديمية والفنية فى عملية النقد الفنى لأهميتها بالنسبة للقائمين بالعمل، وبين المتطلبات الوظيفية لأهميتها بالنسبة لجمهور المتلقين. حيث تتجه عملية النقد الفنى إلى كل من الاتجاهين فى وقت واحد، بالنسبة لعمل واحد. فى إطار العملية الاتصالية العامة ـ لتأكيد الدور النقدى فى دورتها.

تأثير التطور السريع
فى تقنيات الإنتاج

على الرغم من أن التقدم التقنى بصفة عامة يهدف إلى توفير الوقت والجهد فى الإنتاج والاتصال، إلا أن هذه الأهداف فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى قد تصطدم بكثير من الصعوبات التى تؤثر على العملية الاتصالية، مالم يواكبها تطور مماثل فى الوعى والمعرفة بهذه التقنيات ووظائفها خصوصاً بالنسبة لجمهور المتلقين.

ذلك أن تطوير هذه التقنيات يؤثر بدرجة كبيرة فى صياغة الرموز الاتصالية فى الأعمال الفنية الجماهيرية ، وبناء هذه الرموز فى علاقتها بالوظائف والأهداف، مثل تأثيرات التطور فى تقنيات التصوير الفيلمى والصوت ووسائل الإضاءة.... وغيرها والتى تستلزم تطوراً متلاحقاً للإطار المعرفى الخاص بهذه الرموز والتقنيات الحديثة لدى الفرد المتلقى، حتى يمكنه إدراك المعانى المستهدفة فى الأعمال الإبداعية الفنية، وتأثيرات الوسائل عليها. لأن استكمال العملية الفنية لايرتبط بالتعرض فقط، ولكن تذوق الأعمال الفنية يتطلب ضرورة إدراك الفرد لهذه المستجدات فى مجال الإبداع الفنى. ولعلنا نستعيد تجربة إدراك الأفراد المتلقين للقطة المكبرة أو القريبةClose-up عند عرض أحد أفلام التوعية الصحية بدولة من الدول النامية. وعدم إدراكهم لحشرة البعوضةبعد تكبيرها ، حيث أنها بدأت تختلف بعد تكبيرها عن طبيعة الأشياء. ولذلك لم يستطع الأفراد تفسيرها فى الإطار الصحيح.

وقد يرحب المشاهدون لفترة بالحيل السينمائية الجديدة فى إطار وظيفة التسلية، أو الهروب إلى العالم الخيالى الذى تصنعه هذه الحيل الجديدة. ولكنهم يشعرون بالتوتر لعدم إدراكهم للمعانى التى تستهدفها الرموز التى تقدمها هذه الحيل الجديدة.

ولذلك فإن التركيز على رفع الوعى الفنى والارتفاع بمستوى التذوق الإبداعى فى هذه المجالات لدي جمهور المتلقين. يعتبر ضرورة لمواكبة هذه التطورات المتلاحقة فى تقنيات الإنتاج. حتى يمكن للرسالة الاتصالية أن تصل برموزها إلى المتلقى، ويتمكن من إدراك المعانى المستهدفة، بتأثير خبرته المتراكمة فى تفسير هذه الرموز والكشف عن دلالتها.

هوامش
الفصل الثالث

١ ـ عزيز الشوان : الموسيقى : تعبير نغمى ـ ومنطق، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٩ ص ٢٧.

٢ ـ مصطفى يحيى : مرجع سابق ص ٧٩.

٣ ـ يوسف مراد: علم النفس فى الفن والحياة سلسلة كتاب الهلال العدد رقم ١٨٧ أكتوبر ١٩٦٦ القاهرة: دار الهلال. ص ٦٢.

٤ ـ فوزى فهمى أحمد: المفهوم التراجيدي والدراما الحديثة، القاهرة : الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٦ ص . ص ٧٧ ٠ ٧٨.

٥ ـ نهاد صليحة: مرجع سابق ص. ص ١٩ ـ ٢٠.

٦ ـ آلان كاسبار: التذوق السينمائى، ترجمة وداد عبد الله، القاهرة : الهيئة العامة ١٩٨٩، ص.ص ٩٣ ـ ٩٤.

٧ ـ المرجع السابق : ص ١١٦.

٨ ـ الكسندرو روشكا: الإبداع العام والخاص، ترجمة غسان عبد الحى أبو فخر، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٤٤، ديسمبر ٧٩، الكويت المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ١٩٨٩، ص ١٢٥.

٩ ـ المرجع السابق : ص . ص ٨٨ ـ ٨٩.

١٠ ـ حسين حلمى المهندس: دراما السينما بين النظرية والتطبيق ج١. القاهرة : الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦ ص ١٤.

١١ ـ فوزى فهمى أحمد : مرجع سابق ٧٦.

١٢ ـ نهاد صليحة : مرجع سابق ص . ص ١٦ ـ ٢٢.

13- Melvin L.Defleur and Everette E.Dennis. Op.Cit. p.212.

١٤ ـ راجع بالتفصيل:

ـ جيهان رشتى : مرجع سابق ص . ص ١٩٨ ـ ٢٢٤.

*- Charles R. Wright., Op.Cit., p.p. 13-23.

١٥ ـ راجع بالتفصيل:

ـ عبد الباسط عبد المعطى، عبد الحليم محمود: استطلاع آراء الجمهور المصرى فى الأفلام السينمائية، المجلة الاجتماعية القومية مجلد ١١ العدد ٢ مايو، ١٩٧٤، القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية. ص . ص ١٥٣ ـ ٢١١.

- Charles R. Wright., Op. Cit. p.p.97-80.

16- Wand B. Metchel and James D. Kirkham., Televising your Message.,, U.S.A : National Text Book Company 1982. p.25.

١٧ ـ راجع بالتفصيل:

- John R.Bittner., Mass Communication: An Introduction., 2end edition., New Jersey: Prentic-Hall.Inc 1980., p.13.

-John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein., op.Cit. p.108.



الفصل الرابع

الاتجاه الاجتماعى للاتصال
فى مجالات
الإبداع الفنى الجماهيرى



بالإضافة إلى المدخل الاتصالى الذى يؤكد على السمة الاجتماعية للعملية الاتصالية بصفة عامة. بالإضافة إلى ذلك، فإن هناك العديد من المداخل التى تؤكد الأبعاد الاجتماعية للعمل الفنى الجماهيرى، بوصفه رسالة فى عملية اتصالية بين الفنان المبدع وجمهور المثقفين.

ومن هذه المداخل النظرية الاجتماعية للابداع الفنى، التى هاجمت الأحكام المعيارية فى الفن وقالت بأن الفن وليد المجتمع - ومن دعاتها تين - فالفن حسب هذه النظرية[1] ليس إنتاجا فرديا، بل هو ضرب من الصناعة أو الإنتاج الجمعى. حتى أن المعايير الفنية هى معايير حضارية ذات أصل اجتماعى، وكذلك فإن الصنعة الفنية والتكنيكية مستنبطة بقوانينها وقواعدها من الحياة الجمالية للجماعة. وبذلك يصبح الحكم الجمالى الذى تصدره الجماعة على العمل الفنى بمثابة شهادة بنجاحه. وعلى هذا تعتبر القيم الفنية اجتماعية بالدرجة الأولى، أى أنها بحاجة إلى شهادة المجتمع. والفنان ليس كائنا منعزلا عن المجتمع بل كائن اجتماعى يعيش فى بنية جمالية ذات صبغة اجتماعية يستجيب لمؤثراتها ويخضع لشدة التيارات الجمالية السائدة فيها.

ويوجز «دوركايم» اتجاهات المدرسة الاجتماعية بصدد الفن بقوله «إن الفن ظاهرة اجتماعية وأنه نتاج نسبى يخضع لظروف الزمان والمكان». وعلى هذا فالفنان فى نظر دوركايم لا يعبر عن «الأنا» بل عن «نحن» أى عن المجتمع بأسره ويقوم الإبداع الفنى على مقومات ثلاثة هى:

- المؤثرات الحضارية وهى البيئة الطبيعية والجنس ثم التيارات الجمالية السائدة.

- أساليب الصنعة والتقاليد الفنية، أى التكنيك والتراث الفنى والتقاليد الموروثة عبر الأجيال.

- الوعى الجمالى للمجتمع فى عصر الفنان والمعايير الجمالية السائدة فى المجتمع.

وكذلك يتطلب فهم العمل الفنى الربط بين ثلاث طرق، لا يكفى أى منها وحده لفهم العمل الفنى(٢) وأول هذه الطرق: هو تاريخ الفن الذى يتتبع النشاط الفنى من عصر إلى عصر، وفى الحضارات المختلفة. فيوضح التأثيرات التى يتلقاها الفن من النظم الاجتماعية والدينية والسياسية.. إلى اخره، ويحاول الكشف عن القوانين التى تفسر تطور الأساليب الفنية.

وذلك بالإضافة إلى الدراسة من خلال سيكولوجية الفن، ومن خلال النقد الفنى. لتكتمل الطرق الثلاثة لفهم العمل الفنى.

وبالإضافة إلي الداخل أو الاتجاهات التى تفسر العمل الفنى فى إطار المنظور الاجتماعى، فإن هناك رأيا بأن الفن بصفة عامة هو افراز اجتماعى لرغبات الإنسان ومتطلباته، شأنه شأن الظاهرة الفنية التى تعتبر حصيلة مكونات اجتماعية تضع بصماتها بالضرورة على كل ما يقع فى إطارها.(٣)

وبالنسبة للابداع بصفة عامة أيضا، فإن الحكم الأخير على إبداع ما، هو التقويم الاجتماعي. وأن تقويم الأثر يكون وفق المرحلة الاجتماعية/التاريخية التي انتج خلالها(٤)

وبالإضافة إلى ذلك فإننا لا يمكن أن نغفل الإتجاه الاجتماعي للاتصال بصفة عامة،

والاتصال الجماهيرى بصفة خاصة، والتي تمثل الأعمال الفنية الجماهيرية الرسالة الأساسية فى هذه العملية، وسواء نظرنا إلى الاتصال الجماهيرى في المجتمع بوصفه عملية اجتماعية شأنها شأن كل العمليات الاجتماعية، فتؤثر فى سمات الأفراد وسمات المجتمع وتتأثر بهما فى نفس الوقت (٥). أو نظرنا إلى المؤسسات التى تقوم بإنتاج الاعمال الفنية الجماهيرية فى اطار عملية الاتصال الجماهيرى بوصفها مؤسسات اجتماعية يجتمع لها المفهوم المؤسسى الذي يجتمع له الضرورات الفكرية بجانب الضرورات المادية والبشرية التى تشكل كيان أو بناء هذه المؤسسات، إذا نظرنا الى المؤسسات فى اطار المفهوم المؤسسى institutionalization الذي يفرض عليها القيام بعدد من الوظائف فى المجتمع. حيث تعتبر المؤسسات فى هذه الحالة تنظيما له عناصره الفكرية والمادية، يقوم بوظيفة اجتماعية. باعتبارها بناءات لنشر الأفكار العامة وإمتداد للحاجات الانسانية (٦).

والنظرة إلى إنتاج الاعمال الفنية الجماهيرية فى اطار المفهوم المؤسسى يعنى بالتالى أنها تؤثر وتتأثر فى نفس الوقت بالنظم الاجتماعية الأخرى فى المجتمع من جانب، وجمهور المتلقين لأعمالها، والذين يمثلون جمهور النظم الاجتماعية الأخرى، من جانب اخر، وهو ما سنوضحه تفصيلا بعد.

وهذه المداخل - وغيرها - تشكل فى مجموعها الإتجاه الاجتماعي للاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، فتطبع عناصره بهذا الطابع، الذى يؤثر فى اتجاه الحركة وأهدافها فى العملية الاتصالية سواء من جانب الفنان المبدع، أو جمهور

المتلقين، أو المؤسسة الفنية كلها، والتي تؤثر أيضا وتتأثر ببعضها في اطار السياق الاجتماعي العام للمجتمع الكل.

وبتبلور الإتجاه الاجتماعي في رسم الخصائص والسلوك والأهداف الخاصة بكل من الفنان المبدع، وجمهور المتلقين، والمؤسسات الفنية. والذى يضع بصماته على خصائص الرسالة الاتصالية وأهدافها والتى تتجسد فى الاعمال الفنية الجماهيرية، وهو ما يظهر فى تأثيرات الدور الاجتماعي للفنان، وتأثير الخصائص الاجتماعية والثقافية لجمهور المتلقين، والتأثيرات الخاصة بالنظم الاجتماعية في علاقاتها بنظام المؤسسات الفنية كنظام اجتماعي.

الدور الاجتماعي للفنـــان المبــدع

يقوم البناء الاجتماعي على انتظام أعضائه فى مواقع أو مراكز position معينة، وتفرض هذه المواقع على هؤلاء الأعضاء سلوكا معينا. هذا السلوك المرتقبوالقيم المتصلة به تمثل مجموعة الوظائف التى يقوم بها العضو فى موقعه. وتمثل بالتالى الدور role الذى يقوم به الفرد داخل الجماعة أو المجتمع.

فالدور الاجتماعي هو عبارة عن الوظائف العملية التى تتطلبها المركز، ومجموعة الحقوق والواجبات المتصلة به، أو هو عبارة عن نمط منظم من المعايير فيما يختص بسلوك فرد يقوم بوظيفة معينة فى الجماعة. أو هو الجانب الدينامى لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة، أو هو مجموعة متسقة من الانشطة أو الافعال المتعلمة

يقوم بها الفرد فى مواقف تفاعله وتبادله مع الغير. (٧)

وتوزيع الادوار فى نسق معترف به، يحقق وظائف اجتماعية، ويشبع فى نفس الوقت حاجات نفسية للعضو فى الجماعة، ويساعد الجماعة بالتالى على تحقيق اهدافها ومن أمثلة الادوار الاجتماعية: دور الأب، ودور الأم، ودور المدرس، ورجل الدين، والطبيب، ورجل الاعلام... إلى أخره. وفى كل منها هناك أنماط من السلوك المتوقع، أنماط من الحقوق والواجبات فى علاقة كل دور بالاخرين وبالمجتمع.

وحيث أن الابداع لا يبدأ من فراغ، ولكنه استجابة هادفة لمؤثرات بيئية وحياتية. وأن الفن هو ظاهرة اجتماعية - كما سبق أن أشرنا - ونتاج نسبى يخضع لظروف الزمان والمكان. والفنان المبدع كائن اجتماعى يعيش فى بنية جمالية ذات صبغة اجتماعية يستجيب لمؤثراتها. ويرى المجتمع فى الابداع الفنى آداة لتحقيق عدد من الوظائف والحاجات الاجتماعية.

لذلك كان للفنان المبدع موقعا أو مركزا اجتماعيا فى النسق الكلي، يقوم من خلاله بالدور الذى يستهدفه المجتمع من هذا الموقع. ويرتب للفنان حقوقا وواجبات ترتبط بهذا الدور الاجتماعى.

ويتصدر أنماط السلوك لهذا الدور. تفاعل الفنان مع بيئته الاجتماعية، ليس بوصفها مصدرا للفكر والالهام فقط. ولكن بوصفها أيضا إطارا للحركة والأهداف فالمشروع الابداعى الفنى يستهدف تعبئة الطاقات من أجل الاستمرار والتجديد، وبذلك فإنه يعمل فى تناغم مع المشروعات الاجتماعية الأخرى لتحقيق هذا الهدف.

وقد يثور الفنان بحكم هذا الدور على سلبيات المجتمع وقصور حركته. ولكنه يظل متمسكا بمفهوم الثورة التى تهدف الى تغيير الأوضاع من أجل الوصول إلى صورة أفضل. يراها الفنان متمثلة أمامه من خلال الخبرة والتجربة المختزنة والتي تراكمت لديه بفعل إنتمائه وتفاعله مع هذا المجتمع بسلبياته وإيجابياته. وإذا كان من حق الفنان أن يطمح إلى التغيير أو التطوير أو التجديد بتأثير المفهوم الابداعي. فإنه مما يؤثر فى تقويم هذا الطموح التجزىء أو تقديم الصورة المبتسرة فى محاولة لاعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية، متأثرا بالمفاهيم الذاتية فقط، أو وفق مزاجه النفسى الخاص. والذى قد يبعد بالفنان عن الواقع ويتجه به الى التجريد فى رؤية الحقائق والاشياء.

وإذا كان الإتجاه الأخير يمثل إتجاها فنيا فى رؤية الحقائق وإعادة تشكيلها، إلا أنه يحد من تفاعل الفنان مع المجتمع، وبذلك يؤثر فى وظائف الفنان باعتبارها تجسيدا للدور الاجتماعي، الذى يفرض عليه تفاعلا مع الواقع الموضوعى، والتمرد عليه أو دعمه من خلال رؤيته التى تتأثر بتراكم الخبرات والمعرفة الاجتماعية ولا يعتبر الإتجاه الاجتماعي قيدا على حرية الفنان، ولكنه تحديد للدور المرتقب منه فى المجتمع.

ويفرض الدور الاجتماعي على الفنان المبدع اكتساب الخصائص والسمات الاجتماعية التى تشكل الاطار الثقافي للمجتمع، بحيث تسهم هذه المكتسبات فى دعم الاطار العام للفنان المبدع، وتسهم بالتالى فى تقويم الوقائع والحقائق التى يعيشها فى المجتمع، فتكون واقعا للابداع. حيث يحدد هذا التقويم موقفه الخاص من هذه الوقائع والحقائق، مؤيدا أو رافضا لها، يدعمها أو يعمل على تغييرها من خلال ما يستلهم منها

من أفكار أو معان يقوم بصياغتها فى شكل من أشكال العمل الفنى الجماهيرى.و،بذلك فإن الدور الاجتماعي للفنان المبدع يتأثر بهذه الخصائص والسمات الاجتماعية شأنه شأن الادوار الاجتماعية. حيث تطبع هذه الخصائص والسمات الاجتماعية سلوكه وآراءه بطابعها، وذلك مثل تأثير المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة فى المجتمع، وبتصدرها أنماط القيم والتقاليد والاعراف السائدة التي تؤثر فى السلوك الاجتماعي بصفة عامة، وسلوك الأدوار بصفة خاصة.

وبذلك فإننا نجد أن هذه الخصائص والسمات الاجتماعية التى تشكل الإطار الثقافى للمجتمع بجانب أنها تعتبر مصدرا أو منهلا للفنان المبدع فى تكوين وتشكيل الخبرة والتجربة الاجتماعية المتراكمة والناتجة عن الاتصال والتفاعل الاجتماعي، بجانب ذلك فإنها تشكل قيدا على حركة الفنان وحريته فى رسم الصورة الابداعية، وصياغة العمل الفنى الابداعى. حيث يلتزم الفنان فى انتاجه بهذه الخصائص أو السمات التى تطبع العمل الفنى بطابع الاصالة، ويعتبر خروجه عليها أو عدم التزامه بها خروجا على قيم المجتمع وتقاليده وأعرافه، وبالتالى يعبر عن عدم تمسكه بالدور الاجتماعى وإتجاهه إلى العزلة أو اغترابه عن المجتمع.

وفى هذه الحالة فإننا نفرق بين ما استقر فى وجدان المجتمع، ونال القبول الجمعى بوصفه موجها للسلوك من قيم أو تقاليد راسخة. وبين ما يقبل التمرد عليه أو تغييره بوصفه عقبة فى طريق التجديد والتطوير، وبذلك فإنه اذا كانت القيم الروحية نمطا مقبولا من أنماط القيم توجه السلوك الفردى والاجتماعى وتضبطه وبالتالى يصبح الإلتزام

بها أمرا مقبولا، فإن هناك الكثير من العادات أو التقاليد الموروثة التى لم تصل بعد إلى مستوى القيمة الاجتماعية والتى قد يرى الفنان فى تغيرها أو التمرد عليها سببا للتطور والتقدم الاجتماعى. والتراث الثقافى للمجتمع يمكن أن يحدد إلى مدى بعيد إتجاه القيم السائدة التى يصر المجتمع على التمسك بها أو تلك التى يتسامح المجتمع فى الخروج أو التمرد عليها أو محاولة تغييرها.

ويثير هذا الالتزام الذى يفرضه الدور الاجتماعى تساؤلا حول اتجاه الفنان المبدع ببصره نحو المجتمعات الأخرى، والتى قد تكون أكثر تقدما، تحقق من خلال تقدمها عوامل الجذب وتثير لدى الفنان الرغبة فى محاكاة حياتها أو سلوك افرادها أو أنماط القيم السائدة منها، باعتبارها نموذجا يحتذى أو قدوة يتمثل باداتها الاخرون. والفنان المبدع فى هذه الحالة قد يرى فى هذا النموذج هدفا للتغيير أو التجديد، أو قيمه وسلوكه آداة لهذا التغيير أو التجديد، ولا يرى فى هذه الحالة تناقضا بين هذه الرؤية ووظائف الدور الاجتماعي التى يهدف الى تحقيقها.

وإذا كان هذا الإتجاه يهدف إلى نقل التجربة الخارجية إلى المجتمع، مع الالتزام بمقومات وثقافة البيئة المحلية فإنه لا يؤثر على دور الفنان المبدع فى هذا المجال، إلا أن خروج الفنان تماما على موروثات البيئة المحلية، واتجاهه الى دعم ما استورده من أفكار أو معان او قيم اجنبية سيؤدى بالتالى الى تنازل الفنان المبدع عن دوره الاجتماعي باغترابه عن بيئته وثقافيه.

وبذلك فإن الدور الاجتماعي للفنان المبدع لا يتعارض مع إتجاهه إلى الأستفادة من

المعرفة والخبرة الاجنبية، التى تسهم فى صقل المعرفة والخبرة المحلية ولا تحل محلها بل تعمل معها بتوافق فى سبيل تحقيق وظائف الدور الاجتماعى، والتى يتصدرها تعبئة الطاقات الابداعية للنهوض بالمجتمع والارتقاء بالانسان فيه.

والاتجاه الاجتماعي لدور الفنان المبدع هو الذى يؤكد الحاجة الى الاتصال الاجتماعي، حتى ينظر الفنان الى ابداعاته ليس بوصفها اعمالا جديدة او مبتكرة فقط، ولكنه ينظر اليها فى اطار ما تحققه من اهداف او وظائف ترتبط بطبيعة الدور الذى حدده المجتمع للفن، ومركز الفنان فى هذا السياق الاجتماعي.

وبذلك فإنه فى اطار الدور الاجتماعى تصبح الاهداف الاجتماعية ملزمة، ويصبح السلوك الذى تحدده المعايير الاجتماعية للدور الاجتماعى ملزما إلى حد كبير للفرد الذى يقوم بهذا الدور. وهو ما ينطبق على الفنان المبدع الذى يجب أن يلتزم بالاهداف الاجتماعية والسلوك الاجتماعى فى آدائه لدوره الاجتماعى، ذلك أن تقويم المجتمع لأداء الدور الاجتماعي وسلوكه يكون فى اطار ما يتوقعه المجتمع من سلوك واداء يرتبط بطبيعة الدور وخصائصه، وهو السلوك المرتقب من الدور الاجتماعى.

ولعل الدور الاجتماعى للفنان المبدع من الادوار المحدودة التى لا يدفع الى الابداع فيه، كسبا ماديا يحتل أهمية كبيرة، بل إن التقدير المادى فى كثير من الاحوال يحتل مرتبة ثانوية فى ترتيب الدوافع الخارجية التى تدفع الى الابتكار والتجديد. ولكنه على الجانب الاخر يتوقع من الاخرين الدعم والتأييد المعنوى الذى يدفع بالفنان المبدع الى الاستمرار فى العطاء والتميز فى الابتكار والتجديد. وهو ما يمثل السلوك المرتقب من

الاخرين بالنسبة للدور الاجتماعي للفنان.

ويتوقع من المجتمع توفير الظروف الملائمة والمناخ المناسب للابداع الفنى للقيام بدوره الاجتماعى، وتتمثل الظروف والمناخ الملائم فى توفير قدر الحرية والتسامح الذى يسمح للفنان المبدع توظيف الطاقات الابداعية لديه للكشف والجدل الذى يفرز الصورة الفنية التى يتخيلها الفنان أقرب إلى تصوير الواقع ومشكلاته وتقديم الحلول المقترحة لهذه المشكلات وتجاوزها. ولذلك فإن الابداع الفنى وتفاعله مع المجتمع لايزدهر إلا فى مناخ الحرية ومساندة النظم السياسية والاجتماعية لهذا المناخ ودعمه. بدءا من حرية التواصل الاجتماعى واستقاء المعلومات وتوفير المعرفة، إلى حرية إنتاج الأفكار الابداعية وعرضها على الجماهير، مادامت قد تمت فى إطار متطلبات الدور الاجتماعى التى تتفق مع المعايير الاجتماعية السائدة فى المجتمع.

ذلك أن من أهم صعوبات الابداع الفنى بوصفه اداء للدور الاجتماعى للفنان المبدع، القيود والضغوط التى تضعها السلطة - خارج اطار المعايير الاجتماعية - على حركة الدور الاجتماعى للفنان المبدع وسلوكه.

واختلاف الاداء والسلوك للدور الاجتماعى من فرد الى اخر، لا يعنى اختلافا فى الدور الاجتماعى، ولكنه اختلاف او تباين يرتبط بخصائص الشخصية التى تقوم بهذا الدور، والتى قد تختلف من فرد الى اخر، باختلاف محددات الشخصية أو خصائصها وقدرتها على التعامل مع المثيرات الاجتماعية، وهذا ما يفسر ايضا مستوى الابداع

وقيمة الناتج الابداعى وتباينه من فرد إلى أخر على الرغم من وحدة الدور الاجتماعي للفرد المبدع.

وذلك ما يفسر الضرورات التى تحتم اتفاق خصائص الشخصية الواقعية ومع خصائص شخصية الدور الاجتماعى، ولذلك فان الدور الاجتماعى للفنان المبدع يتطلب بداية توفير مقومات الابداع والقدرة على المبادأة والابتكار، والتقمص ومعايشة الواقع، والتواصل الاجتماعى... وغيرها من خصائص الشخصية التى تسهم إلى حد كبير فى قيام الفرد بالدور الاجتماعي للفنان المبدع ونجاحه فى هذا الدور وبالتالى رضا المجتمع عنه، ودعمه لاعماله وانتاجه الابداعي الفنى، وكما أن الفرد يقوم بعدد من الادوار الاجتماعية فى إنتمائه إلى المجتمع، فإن التوافق بين هذه الادوار يصبح مطلبا ضروريا لتجاوز الصعوبات او المشكلات الناتجة عن عدم التوافق أو صراع الأدوار، ولذلك فإن الفنان لا ينجح فى دوره الاجتماعى المتصل بطبيعة الابداع الفنى، إذا ما قام بدور التاجر أو رجل الأعمال نظرا لتأثير نمط القيم ومحددات السلوك التى تختلف بين الدورين، ويؤدى الصراع بين الدورين إلى إخفاق الفرد فى أيهما على حساب الاخر. أو في الدورين معا.

ولذلك فإن الدور الاجتماعي للفنان المبدع بجانب أنه يفرض عليه سلوكا محددا، والتزاما معينا باطار المعايير الاجتماعية التى تحكم سلوك الدور وحركته، فإن الفنان المبدع نفسه يجب أن يتجه بسلوكه الى تحقيق التوافق والتوازن مع شخصية الدور الاجتماعى الذي يقوم به، وكذلك بين الادوار المتعددة التى يقوم بها بحكم كونه عضوا

فى المجتمع تتعدد له الادوار بتأثير تعدد إنتماءاته فى المجتمع.

السمات الاجتماعية لجمهور المتلقين

بجانب الدور الاجتماعى للفنان المبدع الذى يضع بصماته على خصائص وسلوك الفنان فى علاقته بالعملية الاتصالية، فإن الاتجاه الاجتماعي للاتصال يضع بصماته على خصائص وسلوك المتلقين أيضا.

هذه الخصائص أو السمات التى ترسم إتجاه التقويم الاجتماعى للعمل الفنى الجماهيري، فى إطار ما يحققه من أهداف تتفق وحاجات الافراد المتلقين من جانب، وحاجات وأهداف المجتمع من جانب اخر، وهذه الاهداف التى تحدد مبدئيا خصائص وسمات العمل الفنى الجماهيرى بوصفه رسالة اتصالية، تتأثر بالاتجاهات النفسية والاجتماعية لكل من الفنان وجمهور المتلقين.

ولذلك كانت البداية دائما فى صياغة الرسائل الاتصالية هى رسم خصائص وسمات جمهور المتلقين باعتبارها المدخل الى ادراك هذه الرسائل وتفسيرها.

وعلى الرغم من أن البدايات الأولى للأعمال الفنية الجماهيرية، سواء فى المسرح أو الموسيقى أو السينما كانت تأخذ فى اعتبارها اتجاه المتلقين نحو هذه الاعمال، وكان المسرح بصفة خاصة يعتبر جمهور النظارة - المشاهدين - جزء من بناء العمل المسرحى، وكانت الموسيقى تستهدف جمهور المواطنين وتستثير عواطفهم الكامنة وشعورهم القومى فى الكثير من أعمالها وتجسد من خلال ذلك فكرة الانتماء القومى

والوطنى. وكذلك السينما التى تطورت كثيرا لتدخل ميدان التسجيل التاريخى -من خلال الابداع الفنى - لكثير من المعارك والمواقف البطولية للشعوب، وتجسد ايضا فكرة الانتماء والاعتزاز بالروح الوطنية والقومية.

على الرغم من ذلك فإن علماء الاتصال الجماهيرى ظلوا لفترة طويلة ينظرون الى جمهور وسائل الاتصال الجماهيرى على انهم مجرد أعداد مشتتة من الافراد الذين لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، يتسمون بالعزلة الاجتماعية ولا يملكون القدرة على العمل كوحدة او تنظيم اجتماعى متماسك، وبالتالى فانهم يتأثرون بوسائل الاتصال الجماهيري بشكل فردى. (٨)

ولكن مفهوم العزلة وغياب التواصل الاجتماعى كسمة من سمات هذا الجمهور، لم تجد قبولا بعد ذلك بين علماء الاجتماع والاتصال، لان الفرد فى جمهور المتلقين لا يتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرى كشخصية منعزلة، ولكن كعضو فى الجماعات التى ينتمى اليها ويتفاعل معها، وأن سلوكه الاتصالى هو جزء من السلوك الاجتماعى ونادرا ما يكون مجهول الهوية لانه عضو فى شبكة من الجماعات الأولية والثانوية مثل العائلات وجماعات الاصدقاء، ودوائر العمل.. إلى أخره، التى تؤثر فى السياق الاجتماعى لاتجاهات الفرد وارائه حتى لو تعرض منفردا إلى وسائل الاعلام.

وبذلك فإن عمليات وتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرى يجب أن تفسر فى ضوء مفهوم جمهور المتلقين، النشط، الذى يبحث عما يريده، ويرفض ما لا نتوقعه، ويتفاعل مع اعضاء الجماعات المرتبط بها (٩).

هذا الاتجاه تأثر بكثير من المفاهيم التى سادت بعد ذلك نتيجة النظر الى الاتصال الجماهيرى كعملية اجتماعية - كما سبق أن قدمنا - وكذلك النظر الى الاتصال الجماهيرى كنظام اجتماعى يعتبر الجمهور الذى يتسم بالتنوع والانتماء الى طبقات وفئات متعددة أحد عناصر هذا النظام. ويتأثر الجمهور فى تحديد الدور الذى يقوم به فى هذا النظام بمتغيرات عديدة يتصدرها حاجات واهتمامات افراده والفئات الاجتماعية المتنوعة التى ينتمى اليها وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين هؤلاء الأفراد، والتى تشير بدورها إلى حركة السلوك واتجاهاته. التى تحدد أنماط وأهتمام الجمهور وتفسيراته، واستجابته الى نوع معين من الرسائل الاتصالية. (١٠)

بالإضافة إلى تطور النظرة إلى جمهور وسائل الاتصال الجماهيرى، وعلاقاته المتبادلة مع كل من النظام الاجتماعى بثقافاته وبنائه، واتجاهات الحركة فيه من جانب، وكذلك وسائل الاتصال الجماهيرى من جانب اخر، وارتباط هذه العلاقات المتبادلة بالتأثيرات الخاصة على سلوك الجمهور واهتماماته، وذلك فى نموذج موحد يحدد طبيعة هذه العلاقات واتجاهاتها ونتائجها على كل من النظام الاجتماعى، ونظام وسائل الاتصال الجماهيرى والجمهور (١١) ولذلك لا يمكن أن نغفل الطبيعة الاجتماعية لجمهور المتلقين فى الاختيار والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرى. والاعمال التى تعرضها ودوافع استخدامها. (١٢) كما لا يمكن أن نغفل السمات الفردية أو خصائص الشخصية أو السمات النفسية للجمهور audience psychographics خصوصا عندما لا تصبح السمات العامة أو الخصائص السكانية كافية للتخطيط أو

تفسير رد الفعل نحو الاعمال الفنية الجماهيرية- بوصفها رسالة اتصالية- من جانب اخر (١٣) بالاضافة إلى أن دراسة المهارات والسمات الشخصية ونمط الحياة لافراد جمهور المتلقين، بجانب السمات العامة تعتبر احد المدخلات او المتغيرات المستقلة فى عملية الاتصال الاقناعى عند تحليلها كمدخل فى تخطيط الحملات التى تستهدف الاقناع وتوجيه السلوك من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى. (١٤)

ولذلك تطورت دراسة الجمهور فى اتجاه الوصف الدقيق للسمات الاجتماعية والنفسية واتجاهات التفضيل، لعدم كفاية الابعاد التفسيرية لبحوث تركيب الجمهور أو المسوح الروتينية لها، التى تقدمت فى دراسة الفئات الرئيسية للسمات العامة مثل السن، والنوع، والتعليم، والمهنة، والدخل، ولكنها لم تتجه الى معرفة التركيب الاجتماعى ولم تركز بدرجة كافية على الانسجة المشتركة فى حياة الجماعات التى يندمج من خلالها الفرد فى المجتمع الاكبر.

وأتجه البحث الى دراسة عضوية الفرد فى الجماعة، كعامل يتخلل عملية الاتصال، وكذلك إلى تأثير السياق الاجتماعى والنفسى الذى يعيش فيه الفرد، واتجه ايضا الى دراسة تأثير أنماط القيم، والمشاركات والادوار الاجتماعية، فى توجيه الافراد الى ما يرونه أو يشاهدونه.

وهذا الاتجاه ساهم فى تقديم التفسيرات الخاصة بالاتصال الجماهيري، فى اطار علاقة الفرد ببيئته، وتفسير الاثر فى اطار الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري، مادام متفقا مع العلاقات والاتجاهات الأكثر رضا للفرد فى علاقته بذاته

والعالم الذي يعيش فيه. (١٥)

وهذا الاتجاه الاجتماعى فى دراسة جمهور المتلقين يفيد فى تحقيق المطالب الأتية:

- دراسة السمات الاجتماعية لجمهور المتلقين، بغرض الكشف عنها وإتخاذها معيارا لتصنيف هذا الجمهور، والتعرف على السمات الشائعة، حتى يمكن البناء الامثل لعناصر النموذج الاتصالى فى تحقيق أهدافه.

ذلك أن الفنان المبدع فى حاجة إلى رسم اطار الخبرة، ودلالة المعانى لدى الافراد المتلقين. حتى يمكن صياغة رموز العمل الفنى الجماهيرى بما يتفق مع هذا الاطار، الذى تسهم فى تحديده الخصائص والسمات الاجتماعية اكثر مما ترسمه الخصائص والسمات العامة أو الاولية كالعمر او التعليم او الحالة الاقتصادية، وإن كانت الاخيرة يمكن أن تشير الى اطار الدلالة أو الخبرة ايضا فى علاقاتها بالخصائص والسمات الاجتماعية، حيث ثبت أن الافراد الذين يتوحدون فى هذه السمات العامة والأولية غالبا ما يتوحدون ايضا فى الدور أو المركز الاجتماعى، الذى يسهم بالتالى فى رسم اطار الدلالة والخبرة المكتسبة. التى تؤثر فى إدراكه للرموز الاتصالية وتفسيره لها.

ويعتبر اطار الخبرة ودلالة المعانى مدخلا للصياغة السليمة لرموز العمل الفنى الجماهيرى التى تقوم بدورها فى رسم حدود النجاح أو الفشل فى قبول هذا العمل. بناء على نموذج الاتصال الذي قدمه ويلبورشرام وأهتم فيه بإطار الخبرة المشتركة بين كل من المرسل أو القائم بالاتصال، والمتلقى أو المستقبل، هذا الاطار الذى يتجسد فى اختيار الفنان للرموز التى يمكن أن يدركها المتلقى بنفس المعنى أو الدلالة التى

يستهدفها الفنان فى صياغته للعمل الفنى الجماهيرى.

- ومن جانب أخر فإن هذه السمات أو الخصائص الاجتماعية هى التى تحدد الى مدى بعيد إتجاه السلوك الاجتماعى للفرد الذي يتأثر بمعايير المجتمع وجماعات الإنتماء وإطارها المرجعى. ويؤثر بالتالى فى السلوك الاتصالى للفرد، أحد مظاهر السلوك الاجتماعى.

وعلى هذا فإن التعرف على هذه السمات أو الخصائص الاجتماعية يساعد الفنان المبدع على رسم التوقعات الخاصة بسلوك الافراد المتلقين نحو الاعمال الفنية الجماهيرية وكذلك تفسير السلوك فى علاقته بهذه الاعمال.

وغياب هذه المطالب أو وجودها هو الذى يفسر الى حد بعيد، فشل الاعمال الفنية الجماهيرية أو نجاحها، والذى يحدد قبول جمهور المتلقين لهذه الاعمال أو رفضها لعدم اتفاق هذه الاعمال أو رموزها مع حاجات جمهور المتلقين وإطار خبراته وتجربته التي يكتسبها بتأثير الخصائص والسمات الاجتماعية لافراد هذا الجمهور.

ولذلك فإن الدراسات المسبقة للكشف عن الخصائص الاجتماعية لجمهور المتلقين، وتصنيفه فى فئات، هذه الدراسات تضع أمام الفنان المبدع صورة اجتماعية لهذا الجمهور تجعله يربط بينها وبين أهداف العمل الفنى ورموزه، وكذلك تجعله يتوقع مسبقا باتجاهات السلوك الاتصالى نحو هذه الاعمال عند عرضها، فيضع بذلك أولى دعامات النجاح والقبول لهذه الأعمال.

وعلى الرغم من تعدد السمات الاجتماعية التى تخضع للدراسة فى مجال علوم

الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعى، والاتصال، فإننا نرى أن أهم السمات الجديرة بالدراسة هي السمات ذات العلاقة بالسلوك الاتصالى مع وسائل الاتصال الجماهيري. وأهمها ما يلى:

- العزلة والإنتماء الاجتماعى Loneliness and social be-longingness

ففى حالة غياب الانتماء الاجتماعى بين افراد الجمهور، يصعب على القائم بالاتصال توقع سلوك أو رد فعل أفراد الجمهور المنعزلين، لأن سلوكهم فى هذه الحالة - حالة العزلة - سوف يتمثل فى سلوك الحشد crowd الذى يصعب احتواؤه فى اطار المعايير العامة للمجتمع، والقواعد الاجرائية للسلوك المنظم، حيث يحدد الافراد المعزولون الذين يميزون الحشد، إهتمامهم بسرعة دون الحاجة إلى الأدلة المرتبطة بالتفاعل القائم على التفكير بين الافراد، وأهم ما يميز سلوك الحشد، أنه لا يعتمد على التواصل بين الافراد، ويتم بعفوية دون الاعتماد على المنطق، ويتميز بميكانيكية النقل بين افراده. (١٦)

بينما يساعد الانتماء الاجتماعى على تنميط السلوك الاتصالى فى اطار السمات المميزة لجماعات الانتماء، وبالتالى سهولة التخطيط له وتوقع اتجاهاته.

وقد اكدت البحوث والدراسات الخاصة بجمهور المتلقين على العلاقة بين الانتماء والسلوك الاتصالى، حيث اشارت على سبيل المثال - كما سبق أن رأينا - إلى أن الذهاب الى السينما عادة ما يتم فى جماعات، وأن التليفزيون يشاهد كثيرا بجماعات

العائلة التى كثيرا ما يتفاعل افرادها مع بعضهم بطريقة أو اخرى خلال عرض مفرداته.

- جماعات الانتماء membership groups

ينتمى الفرد إلى جماعات عديدة بطريقة جبرية أو إختيارية، فهو عضو فى الجماعات الديموغرافية أو السكانية جبريا من خلال تصنيفه فى إحدى الفئات الخاصة بالسمات السكانية مثل السن والنوع والاصول العرقية... إلى أخره.

وينتمى أيضا خلال تاريخ حياته إلى جماعات أخرى بطريقة اختياريه يتآلف معها، مثل الجماعات التعليمية، الجماعات الاجتماعية، الجماعات الوظائفية والتنظيمات السياسية، ويوصف الفرد من خلال مفهوم كل الجماعات التي ينتمى اليها، ويترتب على ذلك وجود العديد من الافراد يحملون نفس الصفات التى يستهدفها القائم بالاتصال (١٧)

وتعتبر جماعة الانتماء هى الجماعة المرجعية reference groups التى يشارك الفرد اعضاءها فى الدوافع، والميول والاتجاهات، ويتمثل قيمهم ومعاييرهم فى سلوكه الاجتماعى.وعندما تمتلك وسائل الاتصال الجماهيرى أو القائم بالاتصال فيها المعلومات الاساسية حول الجماعات المرجعية لافراد الجمهور المستهدف، فإنه يسهل التخطيط للأعمال وصياغة الرسائل على أساس سليم، خاصة أن هذه الجماعات تقرر أنماط السلوك والمعتقدات لأعضائها، ويصبح بالتالى من السهولة استثارة الأفراد إلى السلوك المستهدف من خلال هذه المعلومات. (١٨)

والجماعات المرجعية إما أن تكون الجماعات التى ينتمى إليها الفرد فعلا، أو لا

يكون عضوا فيها، ولكنه يتخذها نمطا لاتخاذ أحكامه وسلوكه.

وهى إما جماعات موجبة يطمح الفرد فى الانتماء إليها، أو سالبة يرفضها. وعلى الرغم مما يثيره هذا التقسيم حول عدم الحاجة إلى دراسة الجماعات التى لا ينتمى إليها الفرد، أو السالبة التى يرفضها، مع موضوعية مطلب دراسة جماعة الانتماء الموجبة. إلا أننا نرى أنه فى تخطيط السياسات الاعلامية، وصياغة الرسائل الاقناعية، نجد أن إدراك القائم بالاتصال لأنماط هذه الجماعات يضع حدودا لهذه الرسائل ويقدم بعدا فى استمالة الفرد. ذلك أن رفض قيم ومعايير الجماعات المرفوضة يكون مدخلا اقناعيا سليما لاستمالة الفرد العضو فى جماعة الانتماء الموجبة، أو فى تلك التى لا ينتمى اليها ويرجع إليها فى تقدير أحكامه وسلوكه.

وهناك أيضا الجماعات ذات المصلحة interest grauops التى تميل إلى رؤية كل الاحداث وتفسيرها فى إطار مفهومها الضمنى لاهتمامها المشترك الذى تجمعت حوله. وهذه الجماعات تجذب كثيرا من الأفراد إلى صفوفها، يؤمنون بمعتقداتها وأفكارها وإتجاهاتها، وتطبع سلوك الأفراد الذين ينتمون إليها بما يحقق ترويج وجهات نظر واراء المنتجين وبرامجهم. الذين يشكلون أعلى قمة فى تنظيم هذه الجماعات والذى يتكون من المنتجين ثم الموزعين ثم المستهلكين لهذه الافكار والاراء والبرامج. وهذا التنظيم يعكس البناء الاجتماعى لهذه الجماعات.

والبناء الاجتماعى فى مثل هذه الجماعات يقوم بدور كبير فى تسهيل عملية الاقناع، وتنميط السلوك خلال قنوات الاتصال، للوصول الى الجماهير العامة التى تؤمن بأفكار

هذه الجماعات واتجاهاتها.

ويرتبط بتحديد جماعات الانتماء، درجة الانتماء الى هذه الجماعات، ذلك أن مجرد الانتماء فى حد ذاته ليس كافيا، ولكن الانتماء يجب أن يكون مصحوبا بالتفاعل النشط داخل هذه الجماعات، الذى يؤخذ فى الاعتبار عند صياغة الرسائل الاتصالية. نظرا لتأثير هذه الجماعات وأفكارها وإتجاهاتها على ادراك وتفسير الفرد لهذه الرسائل.

وبالاضافة إلى ضرورة التعرف على جماعات الانتماء، ودرجة الانتماء إليها والتمسك بها، يضاف الى ذلك ايضا ضرورة التعرف على نمط التفاعل الاجتماعى السائد داخل الجماعات، والذى يعكس درجة التماسك والاتصال داخل الجماعة، ومستوى انتقال المعرفة بين اعضائها وقبولهم لمعاييرها أو رفضهم لها. ويشير نمط التفاعل الاجتماعى إلى اتجاهات التأثير المتبادل بين الافراد، وتأثير رأي الاغلبية واتجاهات السلوك نحو الافراد وبعضهم، وبالتالى تأثير ذلك على السلوك الاتصالى نحو وسائل الاتصال الجماهيرى وما تقدمه من اعمال أو مفردات أو رسائل اتصالية.

الأطر المرجعية والمعايير الثقافية السائدة: Frame of referenec-es and cultural norms

يكتسب الفرد بصفته عضوا فى جماعات متعددة جبريا أو اختياريا خلال مراحل النمو فى حياته، العديد من المعارف والخبرات والمهارات، نتيجة تفاعله واتصاله مع الاخرين سواء فى جماعات الانتماء أو الجماعات المرجعية أو خارجها. وهذه المكتسبات تشكل له أحكاما مسبقة ومقاييس أو قواعد نمطية. تصبح إطارا يرجع إليه الفرد فى

ادراكه واتجاهاته وسلوكه الاجتماعى.

وتعتبر المعايير الاجتماعية أيضا من أهم الأسس فى بناء هذا الاطار المرجعى، والتى تضم عددا كبيرا من نتائج التواصل الاجتماعى بين الاجيال السابقة والحاضرة، وتواصلها مع غيرها من الشعوب والثقافات فتشمل التعاليم الدينية والاخلاقية والقيم والاعراف والعادات والتقاليد السائدة... إلى أخره. من الأمور التى استقر المجتمع أو الجماعة على قبولها فى تحديد ما هو مقبول أو مرفوض اجتماعيا، ويرجع إليها الفرد فى سلوكه الاجتماعى.

وهذه المعايير هى التى تتخذ أساسا فى تعريف الثقافة الخاصة بالمجتمعات، وتعتبر هى ذاتها المعايير الثقافية التى تشمل فيما تشمل المعانى والقيم التى تميز الجماعات والمجتمعات خلال مراحلها التاريخية. (١٩)

وتعتبر نظرية المعايير الثقافية أحد الأدلة الأساسية فى عملية التأثير، وتقوم على أساس ارتباط ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرى وما تؤكد عليه بالمعايير الثقافية السائدة، أو النماذج التى يلتزم بها جمهور المتلقين لموضوع معين أو مركز معين. وذلك لأن السلوك الفردى أيضا يسترشد عادة بهذه المعايير أو النماذج. ومن هنا يتضح إتجاه كل من وسائل الاتصال الجماهيري والجمهور إلى تبنى الموضوعات والأفكار التى ترتبط بهذه المعايير. (٢٠) وتظهر أهمية معرفة الفنان المبدع للمعايير الثقافية السائدة، فى كونها مرشدا فى صياغة العمل الفنى الجماهيرى، واختيار رموز ودلالات المعانى التى يحتويها، وذلك حتى يحقق الاثر المطلوب لارتباط ادراك الفرد لرموز العمل

ودلالته بالأطر المرجعية بصفة عامة والمعايير الثقافية بصفة خاصة.

كما أن ادراك المعايير الثقافية والتمسك بها يقدم دليلا على الانتماء الاجتماعى للفرد وعدم العزلة. وبالتالى توافر مقومات الجمهور المتلقى المتفاعل والنشط فى هذا الفرد، بينما يعتبر عدم ادراكها أو رفضها دليلا على العزلة التى تؤثر فى السلوك الاتصالي، ودوافعه.

ومن المعروف أن هذه المعايير ليست ثابتة ولكنها تتعرض للتغيير نتيجة تواصل المجتمع وأفراده مع المجتمعات والثقافات الأخرى، ونتيجة تغير الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التى تعكس معايير جديدة ترتبط بهذه التغيرات.

ولذلك يعتبر الكشف عن التغير الثقافى culture change مطلبا أساسيا، لأن هناك بعض الأفراد الذين سيكون لديهم الاستعداد لقبول المعايير الثقافية الجديدة. بما يقتضى معرفة حجم هؤلاء الافراد فى المجتمع، والتغيرات التى شملت معاييره الثقافية. والأطر المرجعية هى الكل الذي يشمل كافة المتغيرات التى رجع اليها الفرد فى بناء احكامه، وسلوكه ومنها الجماعات المرجعية ومعاييرها، والمتغيرات الخاصة بالعوامل او السمات العامة او السكانية.

وكذلك المعايير الثقافية التى يتبناها الفرد والجماعة فى الحكم على الاشخاص والاشياء والمواقف. فى اطار مفهوم القيم Values التى يكتسبها الفرد، ويضمها الى اطاره المرجعى فى الحكم والسلوك.

ويصبح تصنيف المعايير الثقافية الى فئات فى اطار تصنيف القيم السائدة هو

أقرب التصنيفات ذات العلاقة بمخرجات الاتصال الجماهيرى. وهذا التصنيف يرتبط باتجاهات الفرد أو الجماعة فى الحكم على الاشياء والمعانى وأوجه النشاط الانسانى والتى تجعله يتبنى نمطا أو انماطا معينة من هذه المعايير.

ويتفق هذا التصنيف مع الاتجاهات الاساسية للتعريف الذى ساقه ادوارد تيلور E. Tailor فى البدايات المبكرة. والذى يعتبر أساسا للعديد من التعاريف المستخدمة لمفهوم الثقافة والحضارة، والتى تركز على المفهوم الوصفى لعناصر الثقافة التى تشمل المعارف والمعتقدات والعادات والمهارات والاخلاقيات والقانون، وأي قدرات أخرى أو سلوكيات يكتسبها الفرد بصفته عضوا فى المجتمع.

ويتفق أيضا مع الاتجاهات الاساسية لكل من نظرية الانماط الثقافية pattern theory of culture التى تهتم بالتركيز على العناصر الظاهرة والخفية للسلوك ومصادره المكتسبة والمتوارثة، التى تحدد النمط الثقافى للجماعات والمجتمعات ونظرية البناء الاجتماعى social structure التى تهتم بنظم العلاقات الاجتماعية والتى تشمل تواصل الجماعات الاجتماعية وتباين الطبقات والنظم الاجتماعية. ولا تنظر الى العناصر الثقافية كعناصر مجردة، ولكن فى اطار علاقتها المباشرة وغير المباشرة بالبناء الاجتماعى، وكذلك فى كونها مرجعا يعتمد عليه أو يؤثر فى العلاقات بين الأفراد والجماعات. (٢١)

وبناء على ذلك يمكن تصنيف المعايير الثقافية الى فئات كالأتى:

١- الاتجاه العلمي: وهو الذى يحكم على الأشخاص والاشياء والمعانى وأوجه

النشاط الإنساني في اطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويصبح الاطار المعرفي هو الأساس في النظر إلى القيمة من خلال هذا الاتجاه. ولذلك فإن أصحاب هذا الاتجاه يتأثرون في قبول أو رفض الأعمال الفنية بمعيار الاتفاق أو الاختلاف مع المعايير العلمية. وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل إلى المعرفة الإنسانية.

ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم، وكذلك بسعة الإطلاع على العلوم والثقافات المختلفة.

٢- **الاتجاه المادى أوالعملي:** والذى يصدر أحكامه فى اطار المنفعة المباشرة والعائد المادى، وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي، مثل الحصول على المعرفة المتخصصة التى تفيد الفرد فى اتخاذ قراراته اليومية.

٣- **الاتجاه المعنوى:** وهذا الاتجاه عكس الاتجاه السابق تماما، حيث تتأثر أحكامه بالمنفعة أو العائد المعنوى الذى يتمثل فى التوافق والانسجام والاشباع الوجداني والعاطفي، ويتركز إهتمام اصحاب هذا الاتجاه حول مصادر التوافق والاشباع الوجدانى، مثل الجمال والابداع الانسانى الذى يكون مصدره الفن.

والمعايير السائدة فى هذا الاتجاه هى المعانى والرموز التى تدعم الحب والخير والسلام والاخوة والتعاطف والمودة والألفة، وغيرها من المعانى والرموز الايجابية فى العلاقات الإنسانية فى اطارها المعنوى.

٤- **الاتجاه الاجتماعى:** ويرتبط باطار الاحكام التى تتوارثها الجماعات والمجتمعات لنمط سائد للتقاليد والأعراف والعادات التى تحكم علاقة الفرد بغيره داخل

الجماعات بأنواعها المختلفة، مثل العلاقات داخل الاسرة، أو الجيران أو الاصدقاء

وهذا التصنيف لا يقدم حدودا كاملة بين هذه الفئات لاحتمال تداخل الفئات بعضها مع بعض عند الأفراد . ولكن اختيارها قد يشير إلى سيادة إتجاه معين فى التمسك بأنماط معينة من المعايير الثقافية والتى يمكن اتخاذها أساسا للتفسير فى العلاقات والسلوك الاتصالى.

وفى إطار علاقة جمهور المتلقين بوسائل الاتصال الجماهيرى قدم جون ميلر J. Miller تقسيما لهذا الجمهور، يقترب من نتائج التصنيف السابق، ويقوم على الاتجاهات الاساسية فى تبنى نمط المعايير الثقافية. (٢٢)

- الجمهور الأمى illitrate

وهذا الجزء من الجمهور ممن يقرأون ويكتبون، ولكنهم لا يميلون الى ذلك، ولاؤه لوسائل الاتصال الجماهيرى ذاتيا، يبحث عن الترفيه والاثارة. ليس صاحب اتجاهات فكرية، غالبا ما يبحث عن الرضا الوقتى أو اللحظى momentary satisfaction كسول، يميل إلى المشاهدة فقط وليس الى القراءة، ترضيه الصور السطحية للمجتمع دون حاجة إلى التفسير أو فهم الاحداث أو الاراء. وبالتالى لا يميل الى التعرض الى الاعمال الفنية التى تدفعه الى ذلك. يهتم فقط بدوافعه الخاصة للهروب من روتين الحياة، غالبا ما تكون الحالة الاجتماعية والاقتصادية لهذا الجمهور متدنية، أو فى أسفل الطبقة الوسطى.

- الجمهور النفعى أو المادى، العملى practical, paragmatistic

يميل هؤلاء الى الاندماج فى الية المجتمع، مشاركون، يميلون الى التنظيمات، من اصحاب الهوايات، يتعرضون الى وسائل الاتصال الجماهيري، يرغبون فى الارتفاع بمستواهم وزيادة دخولهم، يهتمون كثيرا بالمركز أو المنزلة التى تمثلها الملكية المادية، ولذلك يهتمون بتراكم الثروات والملكيات وهذا يدفعهم إلى ان يكونوا عملاء للرسالة الاتصالية.

ونظرا لأنهم يريدون التقدم بصفة مستمرة، فإنهم يتعرضون الى وسائل الاتصال الجماهرى بانتظام لتعرف على كيفية الوصول الى المقدمة. ويبحثون عن المعرفة التى تساعدم على التقدم وتجعلهم متميزين بين الاخرين، ولذلك فهم يملكون السبب العملى لعاداتهم الاتصالية، ويتميزون بأنهم عمليون واجتماعيون ومقتنعون بتقدمهم، يتعالون بدون مبرر على من هم أدنى منهم، وهم يشبهون الأميين كثيرا فى أنهم لا يميلون الى التفكير، ولا إلى الافكار، ويميلون باتجاهاتهم إلى الاشياء المادية. وإلى فلسفة الاشياء والتحليل الدقيق. وغالبا ما يتجهون الى المحتوى الجاد لانهم يتوقعون أن يعرفوا شيئا حول اهتماماتهم، يظهرون اهتمامهم بالاراء والافكار كمظهر فقط، لانهم يشعرون ان ذلك ينفعهم فى الاجل الطويل، أو لأسباب عملية جدا.

٣- المفكرون intellectuale

ويكونون اقل نسبة من جمهور وسائل الاتصال الجماهيرى، يهتمون بالاراء، ووجهات النظر والمشكلات الفلسفية والمفاهيم والاحداث الفنية والجمالية ولا يهتمون بالماديات

ويترفعون عنها، مفكرون مبدعون، وهذا الجزء من الجمهور ليس معارضا للحياة الاجتماعية، كما انه ليس اجتماعيا، يتركز حول ذاته، يبحث عن الصحبة ولكنه ضد مفهوم الجمهور العام general puplics ديكتاتور فى إتجاهاته الاساسية رغم انه ينكر ذلك يعتبر نفسه من الصفوة. يبحث عن المجتمع الافضل من خلال الاهتمامات النظرية، أقل اهتماما بوسائل الاتصال الجماهيرى لانه لا يهتم بالمجتمع الجماهيرى. وهذه الوسائل من وجهة نظره تستهدف السطحية بسبب انخفاض مستواها، لانها تعطى الجماهير العامة ما ظهر أنها تريده، ولا تستهدف الارتقاع بها.

ويلاحظ فى عرضنا للخصائص والسمات الاجتماعية أنها شديدة الارتباط ببعضها، بحيث يكفى معرفة احداها للاستدلال حول باقى الخصائص والسمات ووصف جمهور المتلقين والتعرف عليه، ليكون هذا الوصف مدخلا الى صياغة الاعمال الفنية الجماهيرية وانتقاء رموزها الاتصالية التى تتفق مع هذه الخصائص والسمات، وبالتالى مؤشرا لنجاح العمل الفنى الجماهيرى وقبول جمهور المتلقين له، مادام قد جاء متفقا مع معطيات هذه الخصائص والسمات الاجتماعية متى سادت فى وصف المجتمع أو فئة من فئاته يستهدفها الفنان المبدع بصياغة العمل الفنى واختيار رموزه.

تـأثيـر
النظم الاجتماعية

من الحقائق العلمية أن نشأة وسائل الاتصال الجماهيرى وتطورها، جاءت ملبية لعدد من الحقائق التى تميز المحددات الأساسية للمجتمعات وتطورها. وعلى سبيل

المثال نجد أن تطور الصحافة وظهور صحافة الرأى قد ارتبط بالحقائق التاريخية الخاصة بنمو الرأي العام الجماهيرى ودعم المشاركة الشعبية فى نظم الحكم، كما ارتبط ظهور الصحف المركزية والاقليمية بالحقائق الجغرافية للمجتمعات، وكذلك تم تمييز الصحف الشعبية عن الصحف المحافظة فى اطار العلاقة بين الخصائص الديموغرافية للشعوب،. وكذلك تم اختراع الراديو والتليفزيون لتحد من تأثير المسافات والمساحات الجغرافية على نشر الأفكار والرأى والتواصل بين المجتمعات. وبالمثل كان الفصل بين الأعمال الفنية الجماهيرية ذات الذوق المرتفع، والذوق المنخفض بتأثير الخصائص الديموغرافية أيضا للشعوب والمجتمعات، التى فرضت سيادة نوع معين من الأعمال على الأخرى تلبية لفئات الجماهير التى ارتبطت بها هذه الأعمال فى مرحلة من المراحل.

ولذلك فإنه لا يمكن عزل وسائل الاتصال الجماهيرى وما تقدمه من أعمال عن خصائص وسمات المجتمع الذى تعمل فى إطار نسقه العام. خاصة وأن وسائل الاتصال الجماهيرى تنشأ وتتطور بتأثير عدد من الحاجات يتصدرها الحاجات الاجتماعية. وهذا المبدأ هو الذى يفسر تقديم وسائل الاتصال الجماهيرى لمحتوى معين فى مرحلة معينة من مراحل نمو المجتمعات، وعلاقة هذه المرحلة بطبيعة النظام الاجتماعى السائد فيها.

وفى اطار تأثير النظم الاجتماعية على وسائل الاتصال الجماهيرى قدم ميلفين ديفلير M. Defleur نظريته عن وسائل الاتصال الجماهيرى التى تدور فى اتجاهين

رئيسيين.

الأول: اعتبار وسائل الاتصال الجماهيرى نظما اجتماعية. ذات محددات خاصة بها، وتقوم بتحقيق عدد من الوظائف التى تسهم فى استمرار هذه النظم وبقائها. (٢٣)

الثاني: التأثير المتبادل بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم الاجتماعية وبينهما وبين جمهور المتلقين باعتباره أحد عناصر نظم وسائل الاتصال الجماهيري، والنظم الاجتماعية. (٢٤)

أولا: وسائل الاتصال الجماهيرى كنظم اجتماعية. ويقوم النظام على توزيع الادوار بين عناصره بناء على أنماط معينة، تستقر تباعا حتى تصبح محددات لهذا النظام، ويبنى الغير توقعاته للسلوك أو النتائج بناء على هذه الانماط المستقرة، وهذه الادوار والسلوك المتوقع يرتبط أساسا بالقيم والاطار الثقافي المشترك الذى يجتمع حوله النظام متأثرا بالرموز أوالافكار التى تسهم فى تحقيق وظائفه.

وبذلك فإن النظام الثقافى والاجتماعى ونظم الشخصية للقائمين بالأدوار داخل النظام توفر تفسيرات صادقة لحركة هذا النظام. نظرا لاستقرار السلوك الذى يسهم فى وصف النظام وعناصره، ويسهم أيضا فى استقراره داخل المجتمع.

ولا يشترط أن تكون عناصرهذا النظام هى عبارة عن افراد فقط، ولكنها يمكن ان تكون نظما فرعية، تسهم بسلوكها وحركتها فى استقرار هذا النظام.

ولو أننا طبقنا هذا المفهوم على المؤسسات التى تقوم بانتاج الاعمال الفنية الجماهيرية لوجدنا أن عناصرها - بوصفها نظاما اجتماعيا - تتكون من

عناصر التمويل، وعناصر الانتاج، وعناصر التوزيع على سبيل المثال. وكل من هذه العناصر سوف تعمل وفق سلوك نمطي يتأثر بالاطار الثقافي والاجتماعى الذى يحكم حركة هذه العناصر فى مرحلة معينة، وهذا السلوك الذى يتوقعه الاخرون نتيجة تحليل العلاقة بين النظم الفرعية ومخرجاتها فى الاطار الاجتماعى العام هو الذى يوفر استقرار النظام واستمراره فى تحقيق وظائفه فى المجتمع.

وهذه العناصر تستهدف فى تعاونها عنصرا اخر من عناصر هذا النظام، وهو جمهور المتلقين الذى يستجيب الى مخرجات هذا النظام وفق تأثير عدد من المتغيرات، يتصدرها الاختلافات الفردية، والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، التى تؤثر فى استجابته الى نوع معين من الاعمال الفنية الجماهيرية، يتفق وهذه المتغيرات

وتبدأ حركة النظام فى دراسة الخصائص والسمات العامة والاجتماعية لفئات الجمهور التى يستهدفها النظام ككل، لأنها ستشكل المصدر الاساسى لعائد العرض الجماهيرى للعمل الفنى.

والممول، والموزع من جانبهما - كعناصر فرعية فى النظام - لن يخاطرا بتقديم الدعم المالى الى اعمال لا تحقق اهتماما كبيرا من جانب جمهور المتلقين الذى يشكل المصدر الاساى لتوفير الضمان المادى لدورة رأس المال وتحقيق العائد المجزى. ونتيجة لذلك فإن عنصر الانتاج وفريق العمل، الذى يعتمد فى تنفيذ اعماله على الدعم المالى للممول او الموزع، سوف يقبل اتجاهات الاخير فى اختيار الاعمال التى يراها من وجهة نظره تحقق اهتماما اكبر من جانب جمهور المتلقين الذى يمثل العنصر الاساسى فى

توفير الدعم المالى لاستمرار العمل داخل نظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية.

وبذلك فإن الممول او الموزع بداية يحدد قبوله لدعم الاعمال الفنية الجماهيرية، بناء على توقعاته لاستجابة الجمهور إلى هذه الاعمال، والتى تتاثر بداية بالخصائص والسمات العامة لهذا الجمهور بجانب خصائصه وسماته الاجتماعية.

ولذلك يمكن أن نفسر الاثر الذى احدثه انتشار التليفزيون على صناعة السينما فى البداية، نتيجة انصراف قطاع كبير من جمهور المشاهدين عنها الى هذا الاختراع الجديد وقتئذ. حتى اننا يمكن ان نقول إنه قد احدث تمزقا فى نظام الانتاج السينمائي لفترة حتى استعاد النظام توازنه فى استمالة جمهور المشاهدين مرة اخرى بشكل مباشر أو غير مباشر. أو دخول التليفزيون نفسه كعنصر من عناصر النظام فى تمويل ودعم الاعمال السينمائية وعرضها من خلاله.

وهذا الاتجاه فى النظر الى السينما - على سبيل المثال - والمسرح ايضا، كنظام اجتماعى يفسر الاتجاه الى تقديم الاعمال الهابطة والمتدنية فى الذوق العام، التى تخاطب رغبات السواد الاعظم من الجمهور الذى يستجيب لهذه الاعمال متأثرا بالخصائص والسمات الاجتماعية ويتصدرها الاطار الثقافى ونمط المعايير الثقافية السائدة لدى هذا الجمهور، حيث أن هذا الجمهور هو الذى يمثل مصدر الدعم المالى الأساسي الذى يحافظ على ضمان استعادة الاموال المستثمرة فى انتاج هذه الاعمال بجانب العائد المادي المجزى الذى يتحقق نتيجة هذا الاستثمار.

وبذلك فإن تقديم هذه الاعمال ذات المحتوى الهابط هو الذى يحافظ على استقرار

هذا النظام وتوازنه، ما دامت النظرة الاساسية الى هذا النظام يحكمها الفكر الاقتصادي البحت الذى يدور حول تحقيق دوران رأسمال وتحقيق العائد المجزى، وليس الفكر الاجتماعى الذى يهتم بتحقيق العائد المعنوى الذى يتمثل فى تلبية الحاجات الاجتماعية للمجتمع وأهدافه.

وهذا التفسير لا يعتبر تعميما ينطبق على كل المراحل او المجتمعات، ولكنه ينطبق بالدرجة على المجتمعات التى تسود فيها الثقافة المادية والمراحل التى تتميز بسيادة هذه الثقافة، وعلى الجانب الاخر تعتبر الاجهزة التشريعية والتنفيذية ذات العلاقة بنظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية من عناصر هذا النظام ايضا، تتدخل فى حركته ايضا من خلال الضوابط او القيود أو اتجاهات الدعم المختلفة، التى تسهم من وجهة نظرها فى استقرار هذا النظام واستمراره، وتضع ايضا فى اعتبارها الجمهور بخصائصه العامة والاجتماعية بجانب الحاجات والاهداف الاجتماعية.

وبذلك فإنه فى أى من النظم المختلفة، يعتبر جمهور المتلقين للاعمال الفنية الجماهيرية العنصر الاساسى الذى يحافظ على استقرار النظام واستمراره فى اداء دوره باستجابته الى الاعمال التى تتفق ورؤيته فى ترتيب حاجاته واهتماماته الخاصة بالاقبال أو العزوف عن هذه الاعمال بتاثير خصائصه وسماته العامة والاجتماعية واطار معاييره الاجتماعية والثقافية.

وتصبح خصائص نظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية جزءا من اجزاء النظام الثقافي السائد، المميز لثقافة المجتمع فى مرحلة من مراحله.

ثانيا: التأثير المتبادل بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم الاجتماعية، وجمهور المتلقين:

كما تتأثر نظم وسائل الاتصال الجماهيرى فى صياغة رسائلها الاتصالية، وتحديد اهدافها بخصائص جمهور المتلقين ودرجة اعتماده عليها. فإنها فى نفس الوقت تؤثر فى هذا الجمهور بدورها فى دعم المعرفة والمشاعر الوجدانية والسلوك الاجتماعى لهذا الجمهور، عندما تصبح وسائل الاتصال الجماهيرى مصدرا اساسيا من مصادر المعرفة بالنسبة له.

وفى نفس الوقت فإن النظم الاجتماعية السائدة فى المجتمع (سياسية/اقتصادية/اجتماعية) كما تتأثر ايضا بخصائص افراد المجتمع - الذين يشكلون جمهور المتلقين بالنسبة لوسائل الاتصال الجماهيرى - فإنها ايضا تستهدف هؤلاء الافراد بدورها فى تحقيق التألف مع هذه النظم والتوحد مع اتجاهاتها واهدافها. وتستخدم فى نفس الوقت وسائل الاتصال الجماهيرى فى تحقيق هذه الوظائف والادوار.

وبذلك تلتقى كل من نظم وسائل الاتصال الجماهيرى والنظم الاجتماعية فى اتجاهها نحو افراد المجتمع، متأثرين بهم ومؤثرين فيهم فى نفس الوقت.

وفى نفس الوقت ايضا فإن خصائص نظم وسائل الاتصال الجماهيرى (البناء والاهداف) ووظائفها، وسياساتها الاتصالية، تتأثر ايضا بالنظم الاجتماعية السائدة فى المجتمع. بتأثير السياق الاجتماعى الكلى. الذي يشمل:

- البناء الثقافي: الاساس المادي / الرموز / القيم/ الاعراف.

- التفاعل الاجتماعي: الاتفاق/ الصراع/ التكيف/ التغير.

- البناء الاجتماعي: الجماعات/الادوار/ المعايير/ الضبط الاجتماعي/ المراكز.

وتقوم وسائل الاتصال الجماهيري بصياغة رسائلها الى جمهور المتلقين والتى تستهدف تشكيل الحقائق الاجتماعية، وتعتمد فى تحقيق تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية على مدى اعتماد هذا الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيري.

هذه التأثيرات التى تنعكس بعد ذلك على خصائص جمهور المتلقين، العامة والاجتماعية، وحاجاتهم الاتصالية، وتنعكس ايضا على اطار السياق الاجتماعى وتشكيل الحقائق الاجتماعية التى تميزه عن غيره فى المجتمعات الاخرى.

وبذلك نلاحظ دائرية العلاقة والتأثير بين العناصر الثلاثة فى السياق الاجتماعى الكلى، والتى تشمل كل من النظم الاجتماعية ونظم وسائل الاتصال الجماهيرى وكذلك أفراد المجتمع بوصفهم أعضاء فيه من جانب، وبوصفهم أعضاء فى جمهور المتلقين لمخرجات وسائل الاتصال الجماهيرى من جانب اخر.

وكما سبق أن اوضحنا فإن الاعمال الفنية الجماهيرية بوصفها مخرجات نظم الانتاج الفنى الجماهيرى فى هذه الحالة تعتبر نقطة اللقاء الذى تلتقى عندها العلاقة بين هذه العناصر وبعضها.

ذلك ان نظم الانتاج الفنى فى هذه الحالة لن تتأثر فى صياغة رسائلها بنمط التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين فقط، ولكنها سوف تتأثر ايضا ببناء هذه النظم

واهدافها ووظائفها وسياساتها التى تتأثر بداية بالنظم الاجتماعية فى اطار السياق الاجتماعى الكلى، وتعود تاثيرات هذه الاعمال مرة اخرى الى جمهور المتلقين لتقوم بدورها فى دعم خصائص وسمات جمهور المتلقين وحاجاتهم الاتصالية من جانب، والى المجتمع الكل من جانب أخر لتقوم بدورها ايضا فى دعم البناء الثقافى والاجتماعى وانماط التفاعل الاجتماعى فى هذا المجتمع.

وتاثير النظم الاجتماعية بهذا الشكل يفسر الضرورات والضوابط الاجتماعية التى يعمل فى اطارها الفنان المبدع فى صياغته للاعمال الفنية الجماهيرية، ويفسر ايضا قبول او رفض هذه الاعمال فى مجتمع ما، أو مرحلة من المراحل التاريخية لهذا المجتمع وتجيب فى نفس الوقت على الكثير من التساؤلات الخاصة باتجاه المجتمع الى فرض الولاية على صياغة الاعمال الفنية الجماهيرية، بما تقوم به النظم السياسية من اجراءات او ضوابط لتحديد مسار انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية فى الاتجاهات التى تتفق ورؤيتها الى الحقائق الاجتماعية السائدة فى المجتمع وعلاقة النظم الاجتماعية المختلفة بافراد هذا المجتمع. والأهداف التى تراها فى صالح دعم أفكارها وارائها من استمرار نظم الانتاج الفنى الجماهيرية فى علاقتها بجمهور المتلقين الذين يمثلون أفراد هذا المجتمع بنظمه المختلفة.

هوامش

الفصل الرابع

١- تعتبر النظرية الاجتماعية أحد أربع نظريات للابداع الفني خلال العصور المختلفة، وهي نظرية الالهام أو العبقرية أوالحدس، والتي ترى أن الوحي أو الالهام من عالم مثالي هو مصدر الفن. وكذلك النظرية العقلية التي تنتقد مدرسة الالهام وتذهب إلى القول بأن الابداع الفني هو في حقيقته جهد واع وتمثل ناقد وارداة بناءة وليس الذاكرة أو الخيال فقط قدرة على انتاج أي عمل فني، وبالإضافة الى النظرية الاجتماعية فإن المدرسة السيكولوجية والتحليل النفسي ترى أن الاعمال الفنية ليست سوى وسائل للتنفيس أو لاحداث التوازن النفسي عن رغبات الفنان المكبوتة.

راجع بالتفصيل:

محمد عزيز نظمي سالم: الابداع الفني، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة ١٩٨٥ ص.ص ٤٥-٥٠.

٢- يوسف مراد: علم النفس في الفن والحياة، كتاب الهلال العدد ١٨٧ القاهرة: دار الهلال ١٩٦٦ ص.ص ٧٦-٧٧

٣- صلاح رضا: ملامح وقضايا في الفن التشكيلي، سلسلة الألف كتاب (الثاني) القاهرة والهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠ ص ١٠

٤- الكسندر وروشكا: مرجع سابق - ص.ص ٣٦-٣٧

٥- يتفق هذا التفسير مع مدخل «العملية الاجتماعية» social process الذي يتجه

إليه الكثير من علماء الاجتماع فى دراستهم للفرد والمجتمع فى علاقاتهم بالعملية الاجتماعية: راجع بالتفصيل:

George J.McGall and Simmons J.L., Social Psychology: A Sociological Approach., New York: The Free Press and Macmillan Publishing Company, Inc 1982 P.P 13-14.

7- John C.Merrill and Ralph L,Lowenstien., op.,cit P.P 81-83.

٧ - راجع بالتفصيل:

- حامد زهران: علم النفس الاجتماعى ط٢، القاهرة: عالم الكتب ١٩٧٧ ص.ص ١٣٧ - ١٤٤.

- صفية مجدى: صورة المرأة فى السينما المصرية، وصف أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية، فى: الانسان المصرى على الشاشة: مجموعة أوراق، تقديم هاشم النحاس، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، سلسلة الألف كتاب الثانى، ١٩٨٦ ص.ص ٣٦ - ٣٨.

8- Charles R. Wright., op.cit P.3.

٩- راجع بالتفصيل:

- Eliot Freidson "Communication Research and Concept of Mass" In: Wilbur Schram and Donald F-Roberts, (eds) op.cit P.P.201-205.

- Kathleen K.Reardon., Persuation: Theory and Cntext, California and London: SAGE. Publication, 1981, P.P 194-195.

10- Milvin L-Defleur and Sandra-Ball,Rokeach, Theories of Mass Communication., 3rd ed., New York, Longman 1975 P.122.

11- Ibid P.P.281.

12- Steven M.Chaffee, "the Interpersonal Context of Mass Communication" In: Gerald Kline, and Phillip J. Techenor, (eds) Current Perspective in Mass Communication Research., London: Beverly Hills-SAGE Publication1972 P.98.

13- John R.Bittner op.cit p.347.

14- William J.McGuire, "Theoritical Foundation of Campaigns" In: Ronald E.Rice and William J. Paisly, (eds) Public Communication Campaigns., London: Beverly-Hills - SAGE Publication 1981 P.45.

15- Dines. Mc Quil, Toward a Sociology of Mass Communication.,London: Collier. Macmillan Publishers, 1969.,

p.72.

16- Lowis A.Penner., Sociol Psychology: A Contemporary Approach., New York: Oxford University Press 1978, P.P 332-330.

17- Erwin P. Bettenghans., Persuasive Communication., New York: Holt, Rinehart and Winston Inc 1978 P.31.

18- Ibid., P.47.

19- James Curran, Mechael Gurevitch and Janet Wollacot., "the study of Media: Theoretical Approaches" In: Mechael Gurevitch, et al., (eds) culutre, Society and the Media., London: Methner 1982 P.27.

20- Denis Mc Quail,"The Influence and effect of Mass Media" In: Ibid., P.P 75-76.

21- David L.Sills (ed), International Encyclopedia of Social Sciences., New york: The Macmillon Company and Free Press, 1972. Vol 3 P.P 527-541.

22- John C.Merill and Ralph L. Lowenstein., op.cit P.P 110-116.

23- Melvin L. De Fleur and Sandra Ball-Rokeach., The-

ories of Mass Communication., 3rd edition., New York: David Mckay Company 1975., p.p 162-182.

24 Ibod., p.p. 261-279.



الفصل الخامس

الابعاد النفسية للاتصال
فى مجالات
الإبداع الفنى الجماهيرى



قدمنا فى الفصل السابق أن الاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، لا يجب أن ينظر إليه بمعزل عن القوى المتعددة المؤثرة فى السلوك الإنسانى. والتى تتفاعل مع بعضها لاستكمال العملية الاتصالية والتى تتمثل فى الاستجابة المطلوبة الى العمل الفنى، ابتداء من المشاهدة والتذوق ثم الاستمتاع به من جانب جمهور المتلقين.

ذلك أن سلوك التعرض إلى العمل الفنى - بالمشاهدة أو الاستماع أو كليهما معا - بجانب أنه يتأثر بمجموعة القوى الاجتماعية السابق ذكرها فى الفصل السابق. فإن هذا السلوك يتأثر أيضا بمجموعة من القوى والتأثيرات النفسية التى تؤثر فى عملية التعرض بصفة عامة. بحيث يمكن أن نصف سلوك التعرض بأنه سلوك انتقائي Se-lective exporure نتيجة لتأثير هذه القوى على اتخاذ القرار بالتعرض أو الامتناع عنه.

ولذلك فإننا يمكن أن نصف التعرض بأنه متغير تابع يتحرك بتأثير عدد من المتغيرات المستقلة التي تدفع بالفرد إلى سلوك التعرض أو تمنعه عنه.

وهذه المتغيرات المستقلة هى محور إهتمام علم النفس، وعلم النفس الاجتماعى باعتبارها تقدم اجابة مقبولة عن الاسباب التى تجعل الفرد يشاهد أو يمتنع عن المشاهدة فى اطار العملية الاتصالية للعمل الفنى الجماهيرى. أو تجعله يدرك أو لا يدرك أهداف العمل ورموزه، أو تجعله يدرك هذه الاهداف والرموز فى اطار من تفاعل القوى التى اهتمت بها دراسات هذه العلوم.

وهذه القوى تتمثل فى التعليم والادراك والمعرفة والاتجاه والدوافع، وهى التى تؤثر فى سلوك الفرد وآستجابته الى العمل الفنى الجماهيرى لاستكمال العملية الاتصالية. كما ان هذه القوى لا تعمل منعزلة، ولكنها تتفاعل مع بعضها فى تشكيل السلوك الانسانى بصفة عامة، وكذلك تتداخل فى بناء بعضها بحيث تؤثر كل منها فى وصف

الاخرى وبنائها.

وتؤثر كلها بالتالى فى استجابة الفرد الى ما يتعرض له من مواقف أو موضوعات أو قضايا أو اعمال... إلى أخره، هذه الاستجابة التي تصف السلوك الإنسانى فى هذا المجال، ويعبر عنها فى السلوك الاتصالى بالتغذية العكسية feed back السابق الاشارة اليها فى الفصل الأول من هذا الكتاب.

وإذا كان هناك عدد من النظريات التى قامت بدراسة السلوك الإنسانى فى الإطار الاجتماعي، فإننا لا نجزم بإتفاق بينها، لأن كل منها تقدم رؤية مختلفة فى تفسير هذا السلوك (١)، والذى يمكن أن نستشهد به فى التعرف على سلوك التعرض نحو الاعمال الفنية الجماهيرية واتجاهات هذا التعرض

دور التعلم فى الاستجابة والتفسير

تعتمد نظريات التعلم على ما اكتسبه الفرد من خبرات سابقة تجعله يستجيب بشكل معين، اذا ما تعرض لنفس المنبه. وتأتى هذه الاستجابة تلقائيا، أو تتم بصفة اعتيادية بوصفها رد فعل لمؤثر خارجى أو مجموعة من المؤثرات الخارجية.

وبالتالى فإن هذه النظريات تفترض أن اعادة ما تعلمه الفرد بنفس الظروف التى تعلم فيها، سوف يؤدى الى نفس الاستجابة، فالسلوك طبقا لهذه النظريات قد تحول الى استجابة معتادة لمنبر أو مثير معين.

ويستفيد علماء النفس فى تفسير الاستجابات الى الأعمال الفنية بهذه النظريات فيما سمى بالنموذج الأرتباطى - أحد أربعة نماذج أسفرت عنها تجارب التعرض إلى الأعمال الفنية - والنموذج الأرتباطى يظهر عندما يثير العمل الفنى فى الشخص

المتأمل نكريات وحوادث سبق أن شاهدها فيربط بينها وبين الأثرالفنى الذى يتعرض له، مستخدما فى حكمه التشبيهات، فتبعث فى نفسه الانفعالات التى كانت تصاحب نكرياته القديمة. (٢)

وبينما يركز أصحاب نظريات التعلم على الفرد كوجود يستجيب أتوماتيكيا لأى مثير تعود الاستجابة إليه، فإنهم يغفلون دور العقل والتفكير والعمليات الإدراكية المعقدة أو يقل إهتمامهم بها.

والفرد فى نظريات التعلم يستجيب أتوماتيكيا بطريقة من الطرق التالية:

- **تداعى المعانى - أو الترامل association** وهذا يعنى ارتباط المنبه الذى يقدم الى الفرد باستجابة معينة تعود على القيام بها عند وجود هذا المنبه - تعلم شرطى conditioning - فالفرد عند تعرضه لبعض المواقف الدرامية قد يفسرها في اطار الخبرة المكتسبة لبعض المواقف فى حياة الفرد. فتستدعى هذه المواقف الدرامية المواقف السابقة فى ارتباط شرطى يحدث التعرض الى هذه المواقف. فالفرد الذى تعرض للظلم الوظيفى، تستدعى وظيفة المدير صفات الظلم والقهر، كما تستدعى القاب الباشا صفات القهر والعبودية على سبيل المثال.

وقد لا يرضى عن نتائج مواقف أخرى لأنها انتهت الى نتائج تختلف عما يتوقعه من نتائج ترتبط بمثل هذه المواقف، مثل مواقف الحب، او الزواج، او الصداقة... إلى أخره، نتيجة لمواقف تعرض لها ،وأصبحت تترامن النتائج المتوقعة مع استعادة المواقف الشبيهة.

ومن الملاحظ أن كثيرا من الأعمال الفنية تستعين بهذه النظرية فى ترسيخ العديد من الاراء والافكار، من خلال استعادة الصور التى ارتبطت فى اذهان جماهير المتلقين بأوصاف معينة، وبالتالى عند ما يعمد الفنان الى صياغة هذه الاوصاف فى اطار

المعانى المستهدفة مثل تأكيد معانى الظلم والقهر التى ارتبطت بعصور الاقطاع، فإن مجرد صياغة هذه الاوصاف تستدعى الصور والتجارب التى عاشها الأفراد فتتأكد المعانى المستهدفة من العمل الفنى الجماهيرى فى هذه الحالة.

- **التعزيز أو التدعيم reinforcment** . فالفرد يتعلم أن يستجيب بطريقة معينة، لمنبه خارجى متبوع بشىء يبعث على الرضا أوالشعور بجزاء إيجابى، ويتجنب هذه الاستجابة أو السلوك، إذا كان متبوعا بجزاء سلبى.

وبذلك فإن السلوك فى هذه النظرية لا يرتبط فقط بمنبه معين للقيام بالاستجابة، مثل طريقة تداعى المعانى، ولكنه يستلزم مثيرا إضافيا خارجيا، يتمثل فيما يقدم من جزاء مادى أو معنوى إيجابى بعد الاستجابة.

فالفرد قد يتعود على الذهاب الى العروض الفنية بتأثير منبه معين مثل ارتباط الرغبة بحلول عطلة نهاية الاسبوع، أو وجود صحبة ذات طابع خاص، أو ارتباط بنجم معين من نجوم العمل الفنى، ولكن هذا السلوك يدعمه دعوة خاصة للمشاهد تؤكد القبول الاجتماعى للفرد، بحضور الحفلات الخاصة أو المهرجانات الفنية على سبيل المثال.

ومن جانب أخر فإن المكافأة قد تحدث فى العمل عندما تتفق نتائج المواقف الدرامية مع تصوراته عنها فعلا، وهذا يستحث الفرد على متابعة الاعمال التى تناقش مثل المواقف التى تعرض لها الفرد بخبرته المكتسبة فى مجال حياته.

- **المحاكاة initatin** . فالافراد غالبا ما يكتسبون السلوك الاجتماعى من خلال ملاحظة المركز او الشخصيات او القائمين بدور داخل الجماعات، مثل الطفل الذى يكتسب الكثير من العادات السلوكية من خلال ملاحظة والده داخل الاسرة.

والمحاكاة لا تحتاج الى تدعيم أو تعزيز خارجى للتعلم أو اكتساب السلوك، وإن

كان هناك من يميلون الى تفسير المحاكاة فى اطار التعزيز او التدعيم، على اساس أن الفرد يلجأ الى المحاكاة لأنه يرضيه أن يتصرف بنفس الطريقة التى يتصرف بها أصحاب المراكز أو الشخصيات.

وهذا يفسر الاعلام بالشخصيات المهمة التى حضرت حفلات افتتاح الاعمال الفنية الجماهيرية، أو تلك التى ساهمت فى المهرجانات كوسيلة من وسائل دعم الاتجاه الى المشاهدة من قبل جمهور المشاهدين.

وكذلك تفسر التركيز فى الأعمال الفنية الجماهيرية على الادوار الاجتماعية المقبولة لدى الفئات المختلفة من جمهور المتلقين، فى الاعمال الفنية. مثل أدوار الأم أو أدوار الشاب أوالفتاة المتحررة، أو أدوار الطبيب أوالضابط فى مراحل معينة من مراحل التطور التاريخى فى المجتمعات.

وهذه النظريات تركز على النواحى التاريخية فى التعلم واكتساب الخبرة، التى تؤثر فى إكتساب السلوك، الذى يتحول إلى عادة بفعل منبهات تعود الفرد إلى الاستجابة إليها فى المراحل التاريخية المختلفة.

تـــأثـــــــير
المعرفة الادراكية

بينما يهتم أصحاب نظريات التعلم بالخبرة التاريخية المكتسبة وتلقائية السلوك، والتعود عليه بفعل منبهات خارجية، مع اكمال العمليات الذهينة والعقلية التي تصاحب المواقف التي يتعرض لها الفرد.على العكس من ذلك يرى أصحاب نظريات المعرفة الإدراكية perceptual cagnitive theories أن الفرد يتأثر فى سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذى كونه عن العالم المحيط به. فالأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم فى أشكال ذات معنى أومغزى معين. ويدركون ويفسرون فى

اطاره العالم الخارجي. وبالتالي يأتي سلوكهم متأثرا بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الاشياء المحيطة به.

وبالإضافة الى النظام الإدراكي الذى يؤثر فى رؤية الفرد للاشياء المحيطة به، فى اطار المدركات المختزنة فى العقل، بالاضافة إلى ذلك فإن الفرد يفترض بنية معينة للمظاهر الأخرى فى العالم.

ذلك أننا لا نلاحظ ما يدور حولنا من خلالنا فقط، ولكننا نفسر أيضا ما نلاحظه، ونصدر أحكامنا ونحاول أن نفسر مشاعرنا ومشاعر الاخرين، وهذه كلها تؤثر فى الوضع السلوكى واستجاباتنا له. وهذا يفسر الخاصية التى ذكرناها فى الفصل الثالث عن قيام المتلقي بتحديد وظائف العمل الفني الجماهيرى من خلال التفسير الإدراكى الذى يتصوره لدلالات ومعانى الرموز المستخدمة فى هذا العمل.

ويفسر أيضا تغير بعض سمات الأعمال الفنية الجماهيرية - ومنها الفيلم السينمائى - مع الزمن، لأن جزءا من ماهية الفن السينمائي (أو أى فن آخر) يتمثل فى قدرة التأثير على جماهير الرواد فى أزمنة معينة، فكما أن معتقدات المتفرجين وقدراتهم الإدراكية وتوقعاتهم تتغير، فإنه تتغير معها حتما سمات أى فيلم سينمائى.(٣)

ويفسر أيضا دور المدرك العقلى فى تحديد دلالات الفيلم السينمائى. ففى عملية الإدراك والتوقع، تبدأ المرحلة الأولى من خلال حاستي البصر والسمع، وهى ما نسميها مرحلة الاحساس، وهى مرحلة سلبية وكأنها تسجيل ميكانيكى لكل ما يقع فى مجالى الرؤية والسمع، والذى يصل بعد ذلك الى مركزى السمع والبصر فى المخ، فيحيل هذا الاحساس الى مدرك أول يسمى «المدرك الحسى» حيث يتعرف على ما وقع فى مجال البصر والسمع، ثم بعد ذلك يأتي «المدرك العقلى» الذي يستنبطه العقل من سياق الفيلم

وذاكرة المشاهد وخلفياته المرجعية. فإذا به يعطى دلالة جديدة. ومن الحصيلة الادراكية يتأثر الوجدان لديه ويؤدى الى النزوع الى تصرف ما، بل ويواكبه ايضا تفكير فى النتائج المحتملة لهذا النزوع مما يؤدى إلى تأييده أو كبته أو تجاوزه. (٤)

فالادراك هو العملية التى يقوم بها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات ومعانى المدركات الحسية، وهذا يعنى أن الفرد لا يقوم بتفسير الرسائل الاتصالية فى معانى مطابقة لها تماما.، ولكن التفسير يكون فى اطار التفاعل بين الرموز التى تم استقبالها وبين المعرفة ذات العلاقة بها، التى يستعين بها الفرد المتلقى. (٥)

وهذا ما يفسر عدم تطابق التفسير بين كل الافراد بالنسبة للرسالة الواحدة، لتباين المعرفة الادراكية ونظام عملها، بين كل فرد واخر بتأثير التنشئة والتفاعل الاجتماعى التى قد تختلف من فرد إلى اخر.

وكما يتغير النظام الإدراكى بين فرد واخر فإنه يتغير أيضا بالنسبة للفرد بتغير المواقع والادوار، وتغير الخصائص والسمات العامة والاجتماعية للفرد نفسه.

وهناك عدة مبادىء تحكم عملية الادراك.

- إدراك الأشياء والحقائق المتشابهة على أنها مرتبطة ببعضها البعض. أو إداركها فى بناء كلى واحد «مبدأ التشابه».
- إدارك الأشياء المتجاورة زمانيا أو مكانيا على أنها مرتبطة ببعضها «مبدأ القرب».
- إدراك الأشياء التى تسير فى اتجاه واحد على أنها مرتبطة ببعضها «مبدأ الاستمرار».
- إدراك الأشياء غير الموصلة أو غير المتكاملة على أنها موصولة أو متكاملة «مبدأ الوصل أو الإغلاق».

- إدراك الشكل الأكبر، دون الأشكال الصغرى التى تكونه. وهذا يفسر اختفاء الأشياء الصغرى فى الأشياء الكبرى التى تتفق معها في الخصائص. «مبدأ الشمول».

- إختلاف إدراك الأفراد للأشياء في علاقتها ببعضها. وهو أبسط مبادىء الإدراك والذى يمثل له بمبدأ الشكل والخلفية. ذلك أن نفس الشكل المرسوم على أرضية، يختلف التفسير من فرد إلى اخر بكونه شكلا أولا أو أرضية أو خلفية أولا. أو أبسط تفسير له هو المثل الخاص بالكوب الذى يمتلىء إلى نصفه بالماء. فالبعض يفسره على أنه مملوء للنصف، والاخر يفسره على أنه فارغ للنصف.

وهذه المبادىء الإدراكية تعتمد عليها الأعمال الفنية الجماهيرية، حيث تترك للمتلقى القيام باستكمال العديد من الأشكال والمواقف كما يتصورها في مخزونه المعرفى. فالمشاهد بجانب أنه يقوم بخلق الحركة فى الفيلم مثلا من خلال مبدأ الاستمرار، فإنه يقوم باستكمال النقص في الصور من خلال «مبدأ الوصل». ويقوم باضفاء الواقع على الرموز المستخدمة من خلال مدركاته الخاصة.

ولذلك فإن الفنان المبدع يضع في اعتباره أن جمهور المتلقين يقوم بعمليات عقلية عديدة أثناء مشاهدة العمل الفنى والاستغراق فيه. تتأثر بالخبرة والتجربة السابقة التى تكون المخزون المعرفى للمتلقى. وهو ما يجب أن يضعه فى اعتباره وهو ما يسمى باطار الخبرة المشتركة أو الإطار الدلالى المشترك كما سبق أن أوضحنا. وهذا يفرض أيضا أن يتوفر للمتلقى الوقت الكافى لإدراك الرموز وتفسيرها أثناء عملية التعرض - مما يدعو إلي تجنب ازدحام الرموز أو سرعة تواترها خلال العمل، فيصعب على المتلقى تنظيمها وإدراكها بالشكل الصحيح. أو تؤدى إلى حدوث توتر لدى المتفرج نتيجة عدم إدراكه لها. فيتجنب التعرض إلى هذا العمل.

تباين الحوافز بين الأفــــراد

يميل أصحاب نظريات تباين الحوافز incentive-conflict theories إلى تفسير السلوك في إطار ما يمكن أن يجنيه الفرد أو يخسره من السلوك. وتركز على الخيار العقلي. ويرون أن الكل بالنسبة للفرد متساوي بطريقة أو بأخرى، ولكن الفرد يعمل إلى الحد الأقصى للكسب والحد الأدنى للخسارة.

وتشارك هذه النظريات، نظريات التعلم والمعرفة الإدراكية في تكوين الإطار الذى يسهم في تكوين تفسيرات الفرد واستجاباته السلوكية المحتملة.

ويكون لدى الفرد في هذه الحالة بديلان: سلوك الاقتراب، وسلوك التجنب. يدور بينهما الصراع في الخيار. فالفرد إما أن يقترب بالسلوك فيحقق حدا أعلى من الكسب أو على الأقل حدا أدنى من الخسارة. أو يتجنب بالسلوك أيضا، فيحقق حدا أعلى من الكسب أو على الأقل حدا أدنى من الخسارة على أساس أن ما يجنيه الفرد يتراوح عادة في فئات فرعية بين فئتي الكسب والخسارة.

وهناك ثلاثة مداخل رئيسية لهذه النظريات:

- الأول: يركز على الخيار العقلي rational choise. وذلك على فرض أن الفرد يقوم بالسلوك المؤيد بعد حسابات دقيقة.
- الثاني: يركز على ارضاء الحاجات، وذلك على أساس أن الفرد يعمل ويتصرف إرضاء لحاجاته ودوافعه.
- الثالث: يركز على منطق القوة. وأن الفرد يستجيب لكل القوى الضاغطة عليه سواء كانت من داخل الفرد أو من البيئة المحيطة به.

وبصفة عامة فإن نظريات صراع الحوافز ترتبط إلي حد بعيد بالتفضيل بين الاستجابات المختلفة، وتربط أسباب السلوك بالوضع الحالى المحيط بالفرد وليس له مرجع تاريخى. وتهتم بالحالة الداخلية مثل الإدراك والمشاعر السلبية والإيجابية. والتوقعات الخاصة ببدائل السلوك، والمخاوف والامال.

ومن خلال التطبيق العملى يصعب الفصل بين اتجاهات النظريات السابقة، حيث تتفاعل مع بعضها فى تحديد استجابة وسلوك الأفراد المتلقين. وتؤكد بالتالى على أن العلاقة بين المنبه والاستجابة ليست مباشرة. بل تؤكد أهمية العوامل الوسيطة فى تقرير السلوك والاستجابة النهائية.

ويعتبر الاتجاه، والإدراك، والمعرفة من أهم العوامل الوسيطة فى عملية الاتصال بصفة عامة، حيث تعمل كمتغيرات مستقلة فى التأثير على السلوك والاستجابة من جانب. وتعمل كمتغيرات متأثرة بالمحتوى والرموز الاتصالية من جانب اخر. وفي جميع الأحوال تتسم هذه العناصر بعمق العلاقة بينها فى التكوين والبناء، وكذلك فى التفاعل والتأثير.

تأثير الاتجاهات

تعكس نماذج الاتصال أهمية الاتجاه **attitude** فى هذه النماذج. ذلك أن نجاح الاتصال كما سبق أن أوضحنا يتوقف على الاتجاهات المتبادلة لكل من القائم بالاتصال والمتلقى نحو الاخر، وكليهما نحو موضوع الاتصال.

وتشير بحوث الاقناع أن هناك علاقة ثلاثية بين كل من الاقناع، الذى يمكن أن يكون سببا فى تغيير اتجاه الأفراد، والاتجاهات بدورها فى التأثير على السلوك أو الميل السلوكى إلى الاستجابة، وكذلك الاقناع بتأثيره فى تغيير السلوك أيضا.

والاتجاه: هو استعداد ذهنى وعصبي ناتج عن التجربة والخبرات المنتظمة، للتأثير فى استجابات الأفراد نحو الموضوعات والمواقف ذات العلاقة [٧] أو هو نظام ثابت من عناصر المعرفة والشعور والميل السلوكى نحو الموضوعات أو الأفكار أو الأراء.

ودراسة عناصر الاتجاه، وتكوينه، تقود إلى تأكيد أهمية تأثير السمات الاجتماعية والفردية فى تنظيم الخبرات والمدركات والمعتقدات والدوافع، التى تعتبر من العناصر الاساسية فى تكوين الاتجاه والتأثير على الميل السلوكى عند الفرد نحو موضوع الاتصال ومن جانب اخر فإن الاتجاهات القائمة تدفع الفرد لاكتساب المزيد من هذه الخبرات والمدركات والمعتقدات التى تدعم اتجاهه نحو الموضوعات والأفكار والأشياء، وغيرها من عناصر البيئة المحيطة به.

ويجب أن نفرق بين الاتجاهات والأراء الظاهرة expressed opinions التى تجسدها الروايات اللفظية، ذلك أن الاتجاهات تشير إلى عناصر الاستعداد لانشاء الروايات اللفظية. بينما أن هذه الاراء ربما تتأثر بمتغيرات اخرى بخلاف الاتجاهات، مثل المعايير ومتطلبات الدور الاجتماعى. ولذلك فإنها فى بعض الأحوال لا تقدم مقياسا صادقا للسلوك.

وهذا يشير إلى ضرورة التحفظ في الاعتماد على الاراء الظاهرة كمقياس للسلوك أو مؤشر للاتجاه، مالم تستخدم اختبارات اخرى تؤكد صدق المقاييس والنتائج معا.

ويعتبر عنصر المعرفة cognitive أحد العناصر الأساسية فى تحديد الاتجاه، حيث يشمل الافكار والمعتقدات والمعلومات التى تشكل في مجموعها الخبرات المتراكمة التى توثر فى وصف موضوع الاتجاه، وسماته وعلاقته بغيره من الموضوعات، وتحدد بالتالى الميل السلوكى بالقبول أو الرفض، التأيد أو المعارضة، نحو موضوع الاتجاه.

وبذلك يؤثر عنصر المعرفة في السلوك الاتصالى، متأثرا ببنائها، الذى يتباين فى

أهميته وطبيعته، وفى علاقة بناء المعرفة بموضوع الاتجاه.

وتظهر علاقة المعرفة بالاتجاه والسلوك الاتصالى، فى اتجاه الفرد نحو تحقيق التوازن المعرفى. فالأفراد يبحثون عن الأشياء والأفكار المتسقة والمتجانسة، وترتبط بمعتقداتهم وأفكارهم وشعورهم، وأن وجود الاختلال أو عدم التوازن يشكل ضغطا كبيرا على الأفراد يجعلهم يحاولون تحقيق التالف والاتساق consistency من خلال الاتصال والتعرض للحصول على حقائق جديدة قد تودى إلى تعديل الشعور أو الميل السلوكى نحو موضوع الاتجاه، أو عدم التعرض إلى موضوع الاتجاه حتى لا يشعر الفرد بحالة الاختلال أو عدم التوازن.

وهدف الفرد نحو تحقيق التوازن أو التالف هو الذى يفسر التعرض الانتقائى se-lective exposure الذى يمثل مظهرا أساسيا من مظاهر السلوك الاتصالى، خاصة عندما يكون موضوع الاتجاه هو العمل الفنى ومحتواه «الرسالة» أو الفنان المبدع «المصدر».

وتظهر أهمية المعرفة في تنظيم إدراك الفرد وفهمه لما يدور حوله فى البيئة المحيطة به. فالإدراك يمكن النظر إليه من خلال نظام الترميز الذى يسمح للعقل باستعادة المعلومات المختزنة فى الذاكرة، وتفاعلها مع البيانات الجديدة المكتسبة للخروج بصورة واضحة ومفهومة. ومالم تكن هناك معرفة أو خبرات مختزنة كافية، فإن العقل يحاول أن يمد ببعض أنواع من الصور فى ضوء المعلومات غير الكاملة، وهذا يؤدى إلى عدم الفهم والإدراك للمعلومات الجديدة.

وكذلك قد يخرج بإدراك خاطىء للمعلومات الجديدة، نتيجة عدم وجود معلومات مختزنة ذات علاقة بالمعلومات الجديدة، التى تعتبر مثيرا للفهم والإدراك.

وهذا يفسر الإدراك الانتقائي seletive perception حيث يفسر الأفراد

المثيرات التى تقدمها الأعمال الفنية الجماهيرية بطريقة تتفق مع مدركاتهم، التى ترتبط بداية بقدر المعرفة والمعلومات المختزنة حول الموضوع الإدراكى.

والصورة الذهنية image كذلك، هى الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثرا بالمعلومات المختزنة عنها، وفهمه لها، وبذلك فإن الصورة الذهنية هى نتائج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك، وهذه الصورة الذهنية للأشياء والموضوعات المحيطة، تؤثر مرة أخرى فى إدراكنا لها وتقويمها التقويم الصحيح.

فمن خلال المعلومات الناقصة، أو الاعتقادات السالبة عن أحد الموضوعات، يتكون إدراك خاطىء، يؤثر فى تصورنا لهذا الموضوع. وتؤثر هذه الصورة بعد ذلك فى التعرض إلى كل ما يرتبط بهذا الموضوع من معلومات أو معارف أو معتقدات أو اتجاهات.

ومن هنا تظهر دائرية العلاقة بين الاتجاهات والمعرفة والإدراك والصور الذهنية. هذه العلاقة التى تؤثر محصلتها فى تعرض الفرد أو إدراكه للموضوعات المحيطة به.

اتجاهات المتلقى
نحو الفنان والعمل الفنى

يعتبر التعرض الانتقائى أحد المظاهر الأساسية في الاتصال، وبصفة خاصة الاتصال في مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، حيث يختار المتلقى من بين الأعمال المعروضة ما يرغب فى مشاهدته، ويتخذ قراره فى إطار أحكام مسبقة صاغتها الخبرات والتجربة المتراكمة نحو هذه الأعمال والقائمين بها، والاعتقادات التى تشكل بناء اتجاه المتلقى نحو هذه الأعمال والقائمين بها.

وسبق أن أوضحنا أن نجاح الاتصال فى نموذج دافيد بيرلو D.Berlo يتوقف

على اتجاهات كل من المرسل والمستقبل نحو بعضهما، وكذلك اتجاه كل منهما نحو موضوع الاتصال أو الرسالة الاتصالية.

وفى سيكولوجية الاتصال اهتم الباحثون بنظريات التوازن أو الاتساق balance, consistency. التى تفسر السلوك الاتصالى فى علاقته بالاتجاهات نحو الأشخاص أو الأشياء فى إطار العملية الاتصالية. والتوازن أو الاتساق هو الحالة التى تتفق فيها الأفكار والمعتقدات والاتجاهات والسلوك نحو الاخرين. أما عدم التوازن أو الاختلال أو عدم الاتساق imbalance, dissonance فينتج من التباين أو الصراع بين الاتجاهات والسلوك. وفي هذه الحالة يشعر الفرد بالتوتر، الذى يدفعه إلى محاولة تنظيم أفكاره ومعتقداته واتجاهاته وسلوكه بحيث تؤدى إلى التالف أو الاتفاق وقد قدم فرتيز هيدر F.Heider أول نماذج التوازن التى تركز على اتجاه الفرد نحو الاخرين وأعمالهم والتى يمكن تطبيقها فى مجال العلاقة بين اتجاه المتلقى والقائم بالعمل الفنى، وكذلك العمل الفنى نفسه.

فيرى هيدر أن هناك نوعان من العلاقات بين الأفراد: الأول هو علاقات المشاعر sentiment relation ويتوقف عليها اتجاه الفرد نحو الاخر، الذى يقوم على إدراكه له. والثانية هى علاقات الوحدة unit relation ذلك أن الفرد يدرك الاخر وأعماله فى وحدة واحدة. ويتحقق التوزان متى كانت الاتجاهات نحو الاثنين معا متفقه أو متالفة، بينما يحدث عدم التوازن نتيجة تباين الاتجاه نحوهما.

وقدم هيدر ثمانية أشكال من العلاقات تضم الاتجاهات نحو العناصر الثلاثة

أ الفرد المتلقى

ب الفرد القائم بالعمل «مصدر»

ع العمل أو الموضوع

ويكون هناك اتجاه لـ أ نحو ب، وهو ينظر إلى ب، ع فى وحدة واحدة.

فإذا كان اتجاه «أ» نحو «ب» اتجاها ايجابيا وكذلك اتجاهه نحو العمل «ع» الذى يؤيده «ب». إيجابيا فإن الفرد فى هذه الحالة سيشعر بالتوازن في الموقف الاتصالى.

أما إذا كان اتجاه «أ» نحو «ب» إيجابيا، واتجاهه نحو العمل «ع» سلبيا، والذى يؤيده «ب» فإن الفرد فى هذه الحالة سيشعر بعدم الارتياح الذى يجعله يشعر بالتوتر، ويلجأ إلى تجنب الموقف الاتصالى. أو إلى تعديل اتجاهه نحو أى من «ب»، أو «ع» حتى تصبح الاتجاهات متالفة ويتحقق التوازن فى هذه الحالة.

ويمكن من خلال هذه العلاقة صياغة الاشكال الثمانية التى قدمها هيدر فى نظريته للتوازن. منها أربعة أشكال تعبر عن حالة التوازن، وأربعة تعبر عن حالة عدم التوازن أو الاختلال.

وفي حالة الاحساس بالتوتر الناتج عن عدم التوازن، فإن الفرد حتى يشعر بالتوازن فى العلاقة الاتصالية فإنه يلجأ إلى أحد حالتين: الأولى وهى تعديل اتجاهه نحو أى من الفرد الاخر أو اعتقاداته أو أعماله، وذلك من خلال تعديل الإطار المعرفي الخاص بأى منهما.

والحالة الثانية: هى تحطيم علاقة الوحدة وإدراك أى منهما كعنصر مستقل بذاته - وبذلك لا يربط بينهما فى الاتجاه.

ويهتم «هيدر» بالاتصال الذاتى الذى يتم بين الفرد ونفسه لتحديد اتجاهاته نحو الاخرين والأشياء من خلال مشاعره ومدركاته عنها.

وهذه النظرية الخاصة بالتوازن المعرفى والتى تهتم بعلاقات الوحدة، يمكن تطبيقها على رؤية الفرد المتلقى واتجاهه نحو الأفراد المبدعين وأعمالهم الفنية الجماهيرية، وتفسر إلى حد بعيد تجنب الأعمال الجماهيرية أو العزوف عنها بتأثير الاتجاهات

المسبقة عنها أو عن القائمين بها الذين ينظر إليهم الفرد المتلقى فى إطار علاقات الوحدة.

وبعد ذلك طور تيودور نيوكومب T.Newcomb نظرية هيدر فى الاتصال الذاتى والتوازن المعرفى، لتفسر الاتصال الشخصى، بحيث أصبحت تعبر عن اتجاهات التفاعل الاجتماعى بين الأفراد، واتجاهاتهم نحو موضوعات معنية. وبذلك تم تعديل الاشكال لتفسر اتجاهات الأفراد نحو بعضهم، بدلا من اتجاه الفرد نحو الاخر فقط، ثم اتجاهاتهم نحو الأشياء والموضوعات، وتقوم على أن التالف بين الأفراد نحو الموضوعات والمواقف هو مطلب أساسى لتحقيق الاتصال الناجح.

وهذا يفترض بداية أن الفردين لدى كل منهما اتجاه نحو الاخر، ولكل منهما أيضا اتجاه نحو الأفكار أو الموضوعات أو الأشياء «موضوع الاتصال»

وبذلك يتاثر مفهوم التوازن عند نيوكومب بالعناصر التالية.

- اتجاهات «أ» نحو «ب»
- اتجاهات «أ» نحو «ع»
- اعتقادات «أ» عن اتجاهات «ب» نحو «ع»
- اعتقادات «أ» عن اتجاهات «ب» نحوه شخصيا

وعلى ذلك فإن التوازن الذى سينعكس بحالة من الرضا بين الأفراد، يتحقق كلما كان هناك تالفا أو اتساقا فى هذه الاتجاهات بينهما، أما حالة عدم التوازن والتى تؤدى إلى زيادة التوتر والقلق، فإنها قد تدفع بهما إلى تعديل اتجاهاتهم، متى كانت المشاعر والاتجاهات ايجابية بين الاثنين وأن الجهد المبذول فى سبيل ذلك لن يكون كبيرا، وذلك لإعادة التوازن مرة اخرى إلي العلاقة الاتصالية.

وهذا يتوقف على قوة الاتجاهات المتبادلة بين الأفراد وعلى أهمية الموضوع بالنسبة

لهما. أما إذا استمرت حالة عدم التوازن فإن الأفراد إما أن يتفقا على تثبيت الوضع القائم. أو انسحاب أحدهما من العملية الاتصالية.

ومن جانب اخر تؤكد نظرية التنافر المعرفى cognfive dissonance التى قدمها ليون فستنجر L.Festinger بعد ذلك على اتجاه الفرد نحو الاستزاده من المعلومات والمعرفة. كلما شعر بالتوتر نتيجة عدم كفاية المعرفة المختزنة لديه، أو عدم وضوح هذه المعرفة، أو عدم قدرتها على تفسير المواقف التى يتعرض لها. ذلك أن هذا التوتر يحدث نتيجة استقباله لمعلومات غامضة أو غير غامضة أو متباينة. وبالتالى فإنه لإزالة هذا التوتر يجب أن يسعى الفرد إلى تحقيق التوازن أو التالف المعرفي إما بتصحيح المعارف، أو إضافة معارف جديدة، أو إهمال هذه المعارف نهائيا وهذا يؤكد أهمية الوضوح المعرفى فى بناء الرسائل الاتصالية وصياغة رموزها.

ويمكن أن نلمس تطبيق هذه المبادىء أو النظريات الخاصة بالتوازن أو التنافر المعرفى فى الاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى كالاتى:

- إن الفنان المبدع أو القائم بالعمل يجب أن يرسم بداية توقعاته عن اتجاهات جمهور المتلقين نحوه شخصيا.

- إن الفنان المبدع «كقائم بالاتصال» يجب أن يضع فى اعتباره أن المتلقى يحدد اتجاهه نحوه، ونحو الأعمال الفنية الجماهيرية «رسائل» كوحدة واحدة. وبالتالى فإن اتجاه المتلقى نحو أيهما سيؤثر بالتالى فى اتجاهه نحو الاخر «الفنان أو العمل».

- يضع المتلقى فى اعتباره عند التعرض للأعمال اتجاه الفنان المبدع نحوه شخصيا، وهذا الاتجاه يتمثل فى الميل إلي تأييد الافكار والمعتقدات والمبادىء والقيم التى يؤمن بها المتلقى وتشكل جزءا من إطاره المعرفي، الذى يؤثر فى بناء اتجاهه نحو الأفراد والموضوعات.

- وهذا يعنى أيضا ضرورة أن يضع الفنان المبدع فى اعتباره التوافق أو التالف مع المتلقى فى الاتجاه نحو موضوعات الأعمال الفنية الجماهيرية.

- يعتبر الوضوح المعرفي ضرورة فى صياغة الأعمال الفنية الجماهيرية، حتى يتمكن المتلقى من إدراك هذا العمل وتفسير رموزه. دون أن يشعر بالتوتر الذي قد يفرض عليه الانسحاب من العملية الاتصالية.

وبصفة عامة فإن الفنان المبدع يجب أن يضع في اعتباره بالدرجة الأولى أن المتلقى لا يتعرض للأعمال الفنية الجماهيرية بطريق الصدفة، أو لمرة واحدة. ولكن استمرار التعرض مرهون بتقويمه للموقف الاتصالى المستمر. باعتبار أن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى هو عملية مستمرة. وبذلك فإن الفرد خلال الاتصال المستمر يقوم بعملية التعديل والتكييف لمعرفته واتجاهه. حتى يحقق حالة التوازن فى الاتصال. ويتجاوز الاحساس بالتوتر أو القلق الناتج عن عدم التوازن. وبذلك فإن الفنان المبدع يجب أن يسهم من جانبه فى إزالة هذا التوتر، وتحقيق التوازن لدى الفرد المتلقى، بتعديل اتجاهاته نحوه ونحو الموقف الاتصالى وموضوعاته.

ونشير إلى أن تطبيق نظريات التوازن أو التنافر المعرفى تفسر إلى حد بعيد عزوف المتلقين عن بعض الأعمال، واقبالهم على الاخرى. على الرغم مما يتوفر لها من إبداع تقنى خاص أو العكس. وذلك بتأثير هذه الاتجاهات التى صاغتها النظريات المذكورة، والعلاقة البنائية بينها.

تأثير

الدوافع الفردية

تعتبر الدوافع motives والحاجات needs من العوامل المحركة للاتصال. وتعتبر

فى نفس الوقت مدخلا لتفسير تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرى.

ذلك أن أى فرد لديه مجموعة من الدوافع والحاجات التى تؤثر في انتقائه للأعمال والمحتوى. وتجعله يستجيب لها، متى جاءت ملبية لهذه الدوافع والحاجات. وهذا ما اعتبرته نظريات تباين الحوافز أحد المداخل الرئيسية لها، بتركيزها على ارضاء الحاجات. مادام الفرد يعمل ويتصرف ارضاء لحاجاته ودوافعه، كما سبق أن أوضحنا.

وهذا الدوافع والحاجات تتغير من شخص إلى اخر، وتتغير مع الشخص نفسه، بتغير الزمن، والأدوار، والمواقع، والثقافات الاجتماعية.

وهذا ما يفسر التباين بين الأفراد في التعرض إلى الأعمال الفنية الجماهيرية، والاستجابة إلى رسائلها.

وقد اهتم خبراء الاتصال بدراسة الدوافع والحاجات في علاقاتها بالتعرض، والأثر، لعدم كفاية التفسيرات الخاصة بعلاقة الخصائص والسمات العامة أو الأولية للأفراد بهذا التعرض والاستجابة وتحقيق الأثر، وبذلك اتخذ الرضا والاشباع مدخلا للتفسير، لعمق العلاقة بين الرضا الذى يشعر به الفرد خلال العملية الاتصالية. متى حققت من خلال عناصرها اشباعا لديه تمثل فى تلبية الدوافع الفردية الخاصة به - ولذلك ارتبط هذا التفسير بالمدخل الخاص بدراسات تأثيرات الاتصال الذى أطلق عليه مدخل الاستخدام والاشباع use and gratification approach.

وتمثل الدوافع والحاجات الفردية مجموعة الأهداف التى يسعى الفرد إلى تحقيقها، لتحقيق التكيف مع البيئة الاجتماعية أو الجماعات التى ينتمى إليها.

وهناك العديد من التصنيفات الخاصة بالدوافع، يجمع بينها التصنيف الذى قدمه ابراهام ماسلو A. Moslow والذى صنفها فى خمس فئات رئيسية، تبدأ بالدوافع أو الحاجات الأولية أو الفسيولوجية. ثم الدوافع الثانوية التى تتمثل فى الحاجة إلى

الأمن والاستقراروالبناء، ثم الحاجة إلى الانتماء بما فى ذلك الاتصال والمشاركة، ويأتى بعد ذلك الحاجة إلى التقدير، وتجتمع كلها - فى قمة الهرم - في الحاجة إلى تحقيق الذات حيث تعتبر هذه الحاجة قمة الحاجات الانسانية، والتى تتحقق متى تحققت الحاجات والدوافع الأخرى.

وهذه الدوافع أو الحاجات مهما اختلفت مسمياتها أو تصنيفاتها، فإنها لا تختلف عند كل من الفنان المبدع، والمتلقي. كما أن تصنيف وظائف الاتصال ذاتها يرتبط إلى حد بعيد بتصنيف الدوافع والحاجات لدى أطراف عملية الاتصال. لأن تحقيق هذه الوظائف يؤدى بالتالى إلي تلبية الدوافع والحاجات لدى الأفراد. فوظيفة نشر المعرفة وتقديم التجربة والخبرة، تسهم فى تلبية دوافع الأمن والاستقرار والبناء، من خلال اكتساب الفرد القدرات والمهارات الخاصة بالتكيف مع البيئة بحيث لا تمثل خطرا على حياته واستقرارها. وهذا التكيف مع البيئة يسهم أيضا في تلبية دافع الانتماء ودعم الاتصال والمشاركة مع الاخرين. وكذلك يتم تلبية الحاجة إلى التقدير من خلال المعرفة التى تدعم الدور الذى يقوم به الفرد، فيكتسب تقدير الاخرين عندما يتوافق سلوك الفرد مع سلوك الدور المتوقع داخل الجماعة والمجتمع... وهكذا.

وتفسر الحاجة إلي التقدير أيضا بدافع الانجاز achievement وهو السعى والاجتهاد من أجل مستوى من الامتياز أو التفوق، فالتوجه الانجازى المميز للأفراد - كشخصيات انجاز - ولمجتمعاتهم - كمجتمعات انجازية - يكمن وراء توظيف طاقات الأفراد فى أعمال متقدمة، حيث يجتمع الأفراد فى علاقات انتاجية تنطلق من أهداف تتطلع إلى مستوى أرقى، وحيث تتدعم هذه العلاقات على أساس ناتج الانجاز. وينشط الاتصال ويقوى إذا قام على ركيزة الانجاز الذى يوفر انسب المجالات والمواقف لتوظيف إمكانات الفرد والمجتمع فى علاقات اتصالية مترابطة تتوحد بهذا التوجه

الى الانجاز وهذا بالتالى يؤدى إلى تحقيق الاتصال والمشاركة، ودعم الانتماء المجتمع الذى يرعى هذا الاتجاه نحو التقدير.

وإذا كان من السهل تفسير الدوافع فى علاقتها بتعرض الافراد إلى الأعمال الفنية والتباين فى هذا التعرض بتباين الدوافع. فإنه من الأسهل تقريرأهمية هذه الدوافع بالنسبة للفنان المبدع فى علاقته بالبيئة والمجتمع، حيث تمثل المصدر الأساسى لتلبية دوافع الانتماء والتقدير وتحقيق الذات. من خلال رعاية الأعمال الفنية التى يقوم بها وتقديرها.

وتفسر الدراسات السابقة هذه الدوافع من خلال الكشف عن الأسباب التى تجعل الأفراد تتعرض إلى وسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة - فتشير هذه الدراسات إلي حاجة الأفراد إلى الهروب، بجانب حاجات البعض الاخر منهم إلى المعرفة والتعليم، وصنفت فى دراسات اخرى إلى الحاجة إلى اكتساب المعلومات والمعرفة المرغوبة، والتزود بعادة التعرض، والاستخدام من أجل الراحة أو الإثارة، وكذلك الحاجة إلى الصحبة والرفيق، بالإضافة إلى الهروب من الملل أو الضجر المتمثل فى روتين الحياة اليومية.

ومهما اختلفت مسميات هذه الدوافع التى صاغها الباحثون فى دراساتهم، فإننا نجدها ترتبط بطريق مباشر أو غير مباشر بالدوافع الثانوية - الرئيسية - للفرد التى صاغها علماء علم النفس وعلم النفس الاجتماعى.

فاكتساب المعرفة والمعلومات، والتزود بالنصح والإرشاد حول العمل أو الحياة الاجتماعية، والمشاركة فى الرأى العام والحياة السياسية، والتعرف على أخطار الاخرين واكتساب الخبرات والمهارات، والتعرف على الأخطار والمشكلات المحيطة بالبيئة الاجتماعية وكيفية مواجهتها وتخطيها.. وغيرها مما استخدم فى الدراسات التى استهدفت التعرف على دوافع المشاهدة أو التعرض ترتبط بالدوافع والحاجات الفردية.

لتحقيق الأمن والاستقرار والانتماء والتواصل الاجتماعي، ثم الحاجة إلى التقدير وتحقيق الذات. وتتجسد هذه جميعها في الحاجة إلي اكتساب المعلومات - الخبرات المتراكمة -التى تشكل جزءا كبيرا من الإطار المعرفى للفرد، الذى يؤثر بالتالى فى بناء اتجاهاته، وتوحيد سلوكه.

ونشير إلى أن دراسة الدوافع والحاجات الفردية لا ترتبط أهميتها فقط بالكشف عن أسباب التعرض للأعمال الفنية الجماهيرية، ولكنها يجب أن تمتد باثارها إلى صياغة أهداف هذه الأعمال ورموزها. بحيث تأتى ملبية لهذه الحاجات والدوافع. فتحقق وظيفتها فى هذا الإطار. وتسهم أيضا فى العملية الاتصالية باعتبار أن تلبية هذه الدوافع مدخل أساسى من مداخل الاقناع.

تأثـير عمليـة التقمص الوجدانى

تقوم عملية التقمص الوجدانى empathy بدور كبير فى رسم توقعات الأفراد عن الاخرين. وبالتالى تسهم من خلال هذا الدور فى تفسير الأعمال والرموز التى يتعرض لها جمهور المتلقين في العملية الاتصالية.

فالتقمص يعنى المقدرة على أن نضع أنفسنا فى مكان الاخرين، فنتوقع بالسلوك الذي يقومون به، استجابة لما يثيره سلوكنا أو تصرفاتنا، فنربط بالتالى بين سلوكنا وسلوك الاخرين. وبذلك تسهم عملية التقمص الوجدانى في تجاوز حدود الفعل ورد الفعل، إلى تطوير التوقعات، وتطوير الأفعال بناء على هذه العملية.

والقائم بالاتصال - الفنان المبدع - عندما يقوم بصياغة أعماله فى رموز اتصالية، فإنه يرسم معها توقعاته عن استجابات المتلقى لهذه الرموز وتأثره بها، فى إطار

تقمصه لشخصية المتلقي وقت اعداد العمل وصياغة رموزه.

ومن جانب اخر فإن المتلقى سيكون راضيا عن العمل وسلوك شخصياته، متى جاء هذا العمل متفقا مع توقعاته التى يرسمها لمسار العمل الدرامى، ومتى كان سلوك شخصياته متفقا مع توقعاته أيضا عن هذا السلوك، والذى يرسمه المتلقى فى إطار تجربته وخبرته هو، التى تسمح له أن يتقمص هذه الشخصيات ويفكر بنفس طريقتها، ويقوم بنفس سلوكها، خلال تعرضه للعمل الفنى.

وبذلك فإن التقمص الوجدانى ينجح لدى الفرد، متى عاش الموقف كما يراه أو يرغبه، حتى لو كان خلال الواقع الفنى الذى يقدمه الفنان على المسرح أو الشاشة الكبيرة أو الصغيرة. وتتصاعد درجات النجاح إذا كان المتلقي لم يستطع في واقعه الحقيقي أن يعيش الموقف أو التجربة كما يرغب، فاستطاع أن يعيشها مع شخصيات العمل الفنى خلال الواقع الذي يرسمه الفنان فى العمل المعروض عليه.

وليس شرطا فى جميع الأحوال أن يحدث هذا الاتفاق الذى يرغبه المتلقى، ففى هذه الحالة فإن التقمص يكون حافزا على إعادة التجربة والاستفادة بها فى الواقع الحقيقي. وهو ما يفسر تأثير الأعمال الفنية الجماهيرية على صغار السن والمراهقين فى المراحل العمرية المبكرة. ذلك أن تفاعل المتلقين مع شخصيات العمل الفنى فى المواقف التى تعيشها هذه الشخصيات، والاستجابات التى يبديها المتلقين إعجاب/تقدير/بكاء/ضحك.. إلي اخره، ليست من أجل شخصيات العمل، ولكن من أجل المتلقين انفسهم. فهذه المواقف قد فجرت العواطف والمشاعر المختزنة لديهم فى مواقف مشابهة، فجعلتهم ينفسون عنها فى شكل من أشكال الاستجابة التى تسهم فى إزالة التوتر الذى كان يشعر به هؤلاء المتلقين، من جراء الصراعات التى كانوا يشعرون بها في عقلهم الباطن. وهذا التقمص يسهم فى شرح نظرية التطهير فى المسرح

اليوناني والتي أخذ بها كثير من الكتاب والمفكرين في الدراما. ذلك أننا لا نبكي الشخصيات التي نشاهدها في المواقف التي يعرضها العمل الفني، ولكن نبكي أنفسنا في المواقف المشابهة، فتتم عملية التطهير أو إزالة التوتر من معايشة هذه المواقف في عقلنا الباطن، وهناك نظريتان تفسران التقمص الوجداني لدى الأفراد المتلقين.

الأولى: هي نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني

وترتبط هذه النظرية التي قدمها سلومون اش S.Asch بمفهوم الذات self-concept. ذلك أن الفرد يخرج باستدلالات أو استنتاجات عن سلوك الاخرين من خلال مفهومه هو لذاته. فيتوقع أن الاخرين سوف يسلكون نفس السلوك الذي يمكن أن يقوم به، إذا ما كانت لهم نفس المشاعر والعواطف التي يحسها.

فهو يقوم بتفسير سلوك الاخرين من خلال حالته النفسية الذاتية. حيث يفترض هذا الرأى أن الانسان لديه معلومات كافيه عن نفسه، ومعلومات عن الاخرين.. وبالتالى فإنه يمكن أن يخرج باستنتاجات تقوم على أساس أن هناك تماثلا بين سلوكه وسلوكهم. ولكن هذه النظرية لا تفسر التقمص تفسيرا كاملا. حيث نفشل في معرفة ما يحدث في نفوس الاخرين حينما نفترض أنهم مثلنا.

الثانية: وهي نظرية تقمص الأدوار، التي قدمها جورج ميد G.H.Mead.

وتقوم هذه النظرية على أساس أننا نضع أنفسنا في مواقع الاخرين، وبالتالي نتصرف بالسلوك الذي يتفق مع ما تفرضه هذه المواقع أو الأدوار، حسب تصوراتنا لهذه المواقع أو الأدوار أو أنماط السلوك المرتبطة بها.

وتعتبر هذه النظرية تطويرا لمفهوم الذات، ذلك أن هذا المفهوم لا يسبق عملية الاتصال ولكنه يتطور خلال عملية الاتصال. لأنه من خلال الاتصال نكتسب الخبرات التي تفرض علينا سلوكا معينا يرتبط بطبيعة الأدوار التي ترسمها هذه الخبرات

وسلوكها.

وبالتالى فإننا نعمم هذا السلوك حينما نتصور أنفسنا فى موقع الاخرين، ونقوم بأدوارهم. وبالتالى فإن الاتصال هو الذي يدعم مفهوم الذات، ويسمح بالتقمص الوجدانى، وبناء التصورات عن سلوك الاخرين الذى يمكن أن نقوم به إذا ما قمنا بأدوارهم.

وفي الواقع أن كلتا النظريتين تكملان بعضهما. ففى المواقف المستحدثة يمكن توظيف نظرية الاستنتاج، حيث تضعف قدراتنا على رسم التوقعات نتيجة الحدود والخبرات الخاصة بهذه المواقف الجديدة، أما بعد ذلك أو فى المواقف المتكررة التى تؤدى إلى تراكم الخبرات، فهى التى تسمح بتقمص الأدوار والتوقع بسلوكها بتأثير خبراتنا المتراكمة. وهى التى ترسم أيضا مفهومنا عن الذات. والتى تقوم بدور بعد ذلك فى رسم التوقعات.. وهكذا.

ولقد ساعدت وسائل الاتصال الجماهيرى على هذا التقمص، فقد أصبحت تنقل صور وأدوار وسلوك الاخرين، فى مجتمعاتهم، والمجتمعات الأخرى، بحيث أصبح من السهل على الأفراد تقمص هذه الأدوار وتصور السلوك المصاحب لها، فأصبحت بذلك شخصية متحركة قادرة على التقمص الوجدانى، وهذه القدرة على التقمص الوجدانى هى التى تساعد على التطور فى المجتمع الحديث.

وبالإضافة إلى التفسيرات التى قدمتها النظريات السابقة للتقمص الوجدانى والتوقعات الخاصة بها، بالإضافة إلى ذلك هناك تفسيرات اخرى لعملية التقمص بمفهوم التوحد مع شخصيات الأعمال الفنية الجماهيرية، وعلاقة هذا التوحد بالعواطف والمشاعر والأحاسيس المكبوتة لدى الأفراد، التى يفجرها سلوك الشخصيات التى تقدمها الأعمال الفنية.

ذلك أن الفرد منذ مولده تستبد به مجموعة من الاحاسيس والمشاعر التى تشكل صراعا داخليا دائما. ويسهم فى تكوين هذه الاحاسيس التى تتجمع فى العقل الباطن مجموعة من العوامل. يتصدرها الضوابط والمحظورات التى تنمو مع الطفل منذ مولده، وتتطور مع الأدوار التى يقابلها فى حياته مثل المدرس، رجل الشرطة.. إلى اخره وهذه الضوابط والمحظورات تشكل ضغوطا على الفرد تتسبب فى توليد نزعات عدوانية، فى محاولة للتخلص منها، هذه النزعات قد تجد متنفسا لها فى أنماط متعددة من السلوك مثل ممارسة الرياضة أو الهوايات أو العمل.. إلى اخره. ولكنها في جميع الأحوال تظل فى اللاوعى. فتجد متنفسا لها فى الصراع الذى يقدمه العمل الفنى الجماهيرى. فيشد بالتالى مختلف الأنماط التى تتوحد مع إحدى شخصيات الصراع فى علاج لهذه الصراعات المكبوتة.

وهناك عامل اخر وهو تاثير الاحساس بالحاجة إلى القوة المطلقة التى يمكن أن تقوم بما يعجز الفرد عن القيام به، وخصوصا بعد أن يفشل الأفراد المحيطون به فى توفير هذا الاحساس على مر الزمن. وبذلك فإن الأعمال الفنية الجماهيرية هى التى تخلق هؤلاء الابطال فى الواقع الفنى، مما يجعل الافراد يتوحدون معهم باحساسهم بقدرة هؤلاء على توصيلهم إلى امالهم ولعل صورة القوة المطلقة هى التى تستغلها الأساليب الدعائية فى رسم الشخصيات القيادية لتحقق التفاف الجماهير حولها بحاجتها إلى دعم الإحساس الأمن والطمأنينة التى يمكن أن يوفرها هؤلاء الأفراد أصحاب القوة المطلقة.

وعلى الجانب الاخر تركز الأعمال الفنية الجماهيرية على الشخصيات التى تهدد عامل الأمن أو تدعم الخوف لديهم. لتعزيز استجاباتهم إلي الاتجاهات المعاكسة لاتجاهات هذه الشخصيات. وهو ما يستغل بنجاح في الاستمالات الإعلانية التى

تحاول أن تقيم علاقة بين تجنب هذه الشخصيات واستعمال السلعة على سبيل المثال.

وهذه المشاعر أو الاحاسيس أو الهواجس المبكوتة عند الغير هى التى تجعل الفرد يتوحد مع الشخصيات فينفعل بادائها ليتحرر من التوتر الناتج عن هذه الاحاسيس المبكوتة.

وبهذا نجد أن التقمص يوفر للفرد مكافأة نفسية تجعله يعيش الواقع الذى يرغبه، ويتحرر من الضغوط النفسية التى يشكلها الواقع الحقيقي بما فيه من ضوابط وقيود ومحظورات تدعم حالات الاحباط لدى الفرد. والذي يفجره العمل الجماهيرى في ما يرسم من شخصيات أو أعمال تساعد الفرد على تجاوز هذا الاحباط، أو تجعله امنا ضد هذه الضغوط وهذا الاحباط.

هذه العمليات المذكورة بجانب ما ذكر عن تشكيل الاتجاهات والادراك والمعرفة وغيرها، هى عمليات نفسية تتم فى إطار علاقة الفرد بغيره من العالم المحيط به، والتى تجسدها العمليات الاتصالية التى يقوم بدور فيها، وتتجسد بصفة أساسية فى صياغة عملية الاتصال من خلال الابداع الفنى الجماهيرى بوصفها أساس بناء هذه العملية، وكذلك بوصفها قوى مؤثرة وفاعلة على أطراف العملية الاتصالية التى تتمثل فى الفنان المبدع فى علاقته بالمجتمع، والعمل الفنى الجماهيرى، وكذلك المتلقى فى علاقته بالفنان والعمل الفنى الجماهيرى.

هوامش

الفصل الخامس

١- راجع بالتفصيل:

- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق ص.ص ٩٢- ٩٦

- Jonathan L. Freedman., Social Psychology., New Jersy - Prentic Hall 1981 P.P 5-15.

٢- يوسف مراد: مرجع سابق: ص٣٨

٣- آلان كاسبار: مرجع سابق ص٩٠

٤- حسين حلمي المهندس: مرجع سابق ص.ص ١٨، ١٩

٥- راجع بالتفصيل:

جيهان رشتي: مرجع سابق، ص.ص ٩٤ -٩٩

- E.C.Eyre., op.cit., P.15.

- Roy M.Berko., and others., Communicating: A Social and Career Focus., 3rd edition., New Jersy: Houghtion. Mifflin Company 1985 p.162.

- Wilbur Sahramm., Men, Message and Media; A look at Human Communication., NewYorK;: Haber &Row Publishers 1973 p.p 62-64.

6- Kathleen K.Reardon., Persuasive Communication., London: Sage Publication - Beverly Hills 1981 p.49.

7- David J.Stang., Introduction to Social Psycology., California: Books, Cole Publishing Company 1981 p.271.

8- Jonathan L. Freedman., et al., op.cit p.381.

9- David J. Stang., op.cit p.p.275-276.

10- Jonathan L.Freedman., et al., op.cit 253-263-

11- Danial Katz., The Functional Approach to Study of Attitude., In: William J.Crotly., Public Opinion and politics: A Reader., New York: Holt, Rinihert and Winston Inc 1970 P.P 301-302.

12- E.C.Eyre., op.cit p.p 15-16.

١٣- راجع بالتفصيل:

جيهان رشتي: مرجع سابق ص.ص ٢٤٠ - ٢٥٦.

- Robert A.wickuund and Dieter Frey., Cognitive: Motivational vs Non Motivational Perspective., In: Joseph P.Forgas., (ed) Social Cognition: Perspective on Every Understanding., london: Acadimic press 1981., pp 153-156.-

١٤- طلعت منصور: سيكولوجية الاتصال، مجلة عالم الفكر: المجلد ١١ العدد الثاني، الكويت: وزارة الإعلام ١٩٨٠ ص.ص ١٤٥ - ١٤٦.

15- Wayne N. Thompson., Responsible and Effective Communication., Boston: Hougton Mifflin,1978.,p.123.

16- Ibid. p.125.

- Jay G.Blumler and Elihu Kalz (eds). The Uses of Mass Communication., Current Perspective On Gratification Research., London: Sage Publication 1974 p.p 19-34.

18- Abrahom H. Maslow., Motivation and personality., 2nd edition, New York: Harber and Rew 1970 p.p 35-47.

١٩ -طلعت منصور: مرجع سابق. ص .ص ١٤٩ - ١٥٠

20- Melven L. Defleur and Everette E.Dennis., Understanding Mass Communication op. cit p.p 402-403.

21- Denis McQuil and Jay G.Blumler "The Television Audience: A Revised Perspective,. In: Denis McQuil., (ed) Sociology of Mass Communication: Selected Reading., England: Penguin Book Ltd., 1972 p.p 142-143.

٢٢- راجع بالتفصيل:

- جيهان رشتي: مرجع سابق ص.ص. ٣٩٧ - ٤١٠

- طه محمود طه: وسائل الاتصال الحديثه، مجلة عالم الفكر: مرجع سابق ص.ص. ٧٠-٧٥

الفصل السادس

قضايا اتصالية
فى مجالات
الإبداع الفنى الجماهيرى



-١-

تأثير جمهور المشاهدين على اتجاهات العمل الفنى الجماهيرى

يؤدى غياب المنظور الاتصالى في مناقشة الأعمال الفنية الجماهيرية، إلى الاكتفاء بمناقشة أثر هذه الأعمال فى جماهير المشاهدين فقط. دون النظر إلى وجوب توافر العلاقة الاتصالية السابقة على انجاز هذه الأعمال، والتى تؤكد تأثير هذه الجماهير مبدئيا فى الاتجاه الفكرى والتنفيذى للقائمين بهذه الأعمال..

وهو اتجاه سابق لعملية الاتصال الجماهيرى. التى يمثل الفنان المبدع قائما بالاتصال فيها والعمل الفنى رسالة اتصالية موجهة إلى جمهور المشاهدين.

وهذا الاتجاه ضرورة يفرضها بناء التوقعات الخاصة بسلوك جمهور المشاهدين إزاء العمل الفنى المزمع تقديمه، سواء بالرفض أو القبول. هذا السلوك الذى يتأثر إلى حد كبير بالخصائص والأنماط الثقافية للجمهور وحاجاته من المشاهدة وتذوق الأعمال الفنية بصفة عامة.

وإذا كانت العروض الموسيقية الراقية، أو عروض الباليه، أو الأعمال المسرحية ذات الطابع الكلاسيكى الخاص تتوقع جمهورا خاصا. وتصيغ توقعاتها على هذا الأساس. فإن الأعمال السينمائية بصفة عامة والعروض المسرحية التى تناقش قضايا أو أفكارا أو مفاهيم عامة، لا تستهدف جمهورا خاصا ولكنها تستهدف أطرا اجتماعية أو ثقافية سائدة، تؤثر فى سلوك المشاهدين نحو هذه الأعمال وبالتالى فإن السؤال المطروح بداية يكون: لمن توجه هذه الأعمال..؟ أو إلى أى فئة من فئات الجمهور توجه إليها..؟

وطرح هذا السؤال بداية يعنى الكشف عن خصائص وسمات هذا الجمهور وإطار معاييره الاجتماعية والثقافية.

وهذا يعنى عدم الحاجة إلى اللغة المشتركة فقط. ولكن الحاجة تكون أكثر إلى الأفكار المشتركة. التى تتأثر فى صياغتها بهذه الخصائص والسمات. والتى يتم من خلالها تقسيم جمهور المشاهدين إلى فئات - تبعا لنظرية الفئات - يجتمع لها سلوكا مشتركا في التعرض والمشاهدة للأعمال الفنية الجماهيرية.

فجمهور المشاهدين - كما سبق أوضحنا - ليس جمهورا متجانسا، ولكنه جمهور متباين في علاقته بهذه الفئات من جانب، وفى علاقته بالخصائص الاجتماعية والثقافية من جانب اخر.

وهذه الرؤية يجب أن تتجسد بداية فى تفكير الفنان المبدع عند صياغته لعمل فنى جماهيرى يصل به إلى فئة من هذه الفئات وليس كل الفئات.

فصغار السن وذوو التعليم الأقل وأصحاب المستويات الاقتصادية المتدنية تبحث عن الرضا الوقتى أو اللحظى أو الأهداف العاجلة، وكذلك المرأة حتى سن متقدم عن نظيرها فى الرجل.

وكذلك الجمهور الأمى- ممن لايميل إلى القراءة والكتابة وإن كان ممن يقرأ ويكتب - الذى يبحث عن الترفيه والإثارة والأفكار الخفيفة بحثا عن جهد أقل فى عملية المشاهدة والمتابعة.

وهو - كما سبق أن ذكرنا - ليس له اتجاهات فكرية، يميل إلى الإشباع الذاتى ويبحث عن الرضا اللحظى، يميل إلى المشاهدة وليس إلى التفكير، وترضيه الصور السطحية دون حاجة إلى التفسير أو عمق الفهم للوقائع والأحداث، يهتم بدوافعه الخاصة والهروب من روتين الحياة. ولذلك فإنه لا يبذل جهدا فى المشاركة الاتصالية مع العمل الفنى الجماهيرى.

وعادة ما ينتمى هذا الجمهور إلى فئات الجمهور ذات المستويات الاقتصادية المتدنية

أو ممن يقعون فى أسفل الطبقة الوسطى. ولذلك تكون نسبتهم كبيرة في المجتمعات النامية ومؤثرة إلى حد كبير في المجتمعات المتقدمة.

وقد يكون من بين فئات الطبقة الوسطى الجمهور النفعى أو المادى أو العملى. وإن كان يختلف عن الجمهور السابق، فى مشاركته فى آلية المجتمع، إلا أن رغبة أفراده فى زيادة دخولهم واهتمامهم بالمنزلة أو المركز الذى تعكسه الملكية المادية يدفعهم إلى التعرض والمشاهدة للتعرف على كيفية تحقيق هذه الأهداف. ولكنهم لا يميلون إلى الأفكار أو التفكير. ويتجه ميلهم أكثر إلى الاتجاهات المادية والمحتوى الفنى، وإن كان جادا وليس خفيفا، ولكنه يرى أنه ينفعه فى الأجل الطويل ولأسباب عملية جدا.

أما المفكرون أو ممن ينتمون إلى الصفوة فى المجتمع فإنهم عادة ما يتعالون على فكرة الجمهور العام، ويرفضون الأعمال الجماهيرية لرأيهم المسبق فى أهدافها وانخفاض مستواها. حيث تقدم للمجتمع الجماهيرى ما يريده ولا تستهدف هذه الأعمال الارتفاع بهذه الجماهير وذوقها العام.

وهذا التقسيم فى علاقته بإطار السلوك المذكور، هو الذى يحدد إطار العمل الفنى وأهدافه. وذلك فى إطار ما تمثله كل فئة أو تقسيم من التقسيمات الخاصة بالجمهور في المجتمع الكل.

وتفسر إلى حد كبير سيادة الأعمال التى تخاطب فئة من هذه الفئات. تمثل النسبة الأكبر فى البناء الجماهيرى للمجتمع الكل. ولا يختلف هذا التفسير من مجتمع إلى اخر سوى بقدر تمثيل كل فئة إلى الأخرى فى المجتمع.

وإذا كانت فئات التعليم والمستويات الاقتصادية المتدنية هى الأكثر انتشارا في المجتمعات النامية. فإن فئات الشباب والمستويات التعليمية الأقل وأصحاب الاتجاه العملى والمادى تعتبر أكثر انتشارا أيضا في بعض المجتمعات المتقدمة. ولذلك يكون

معيار التفرقة فى تأثير الجمهور على الأعمال الفنية الجماهيرية بين المجتمعات على أساس سيادة كل فئة على الأخرى.

ومن خلال التطبيق قد يجيب صاحب العمل الجماهيرى أو الفنان بالعبارة التقليدية التى نسمعها كثيرا.. «الجمهور عاوز كده» . وهذه الإجابة وإن كانت تقدم تعبيرا عن مفهوم تأثير الجمهور على اتجاهات العمل الجماهيرى. إلا أنها تفتقد الأساس العلمى الذي تقوم عليه. وذلك لغياب البحوث العلمية التى تحدد بدقة وموضوعية اتجاهات الجمهور نحو الأعمال الفنية الجماهيرية. والتى يمكن أن يستند الفنان أو المنتج إلي نتائجها في اختياره للأفكار وصياغته للأعمال التى تتفق مع هذه الاتجاهات التى تحددها نتائج الدراسات العلمية المستمرة.

ومن جانب اخر فإن مسئولية الفن فى المجتمع. لا تتفق مع تحقيق رغبات هذه الفئات السائدة بقدر ما تتفق مع تحقيق حاجات هذه الفئات التى ترتبط بدوافع المشاهدة والتعرض. وحاجة المجتمع في الارتفاع بالذوق العام ودعم القيم الاجتماعية الأصيلة.

وبذلك يتبلور تأثير جمهور المشاهدين علي اتجاهات العمل الجماهيرى فى الخطوات التالية:

- تحديد الفئات المستهدفة من جمهور المشاهدين.
- تحديد الأهداف الخاصة بانتاج واخراج العمل الفنى.
- بناء التوقعات الخاصة بسلوك الجمهور المستهدف الذى يتفق مع خصائصه وسماته وإطاره الاجتماعى والثقافى.
- صياغة العلاقة بين الأهداف والتوقعات.
- قبول الفكرة أو رفضها فى إطار نتائج صياغة العلاقة بين الأهداف والتوقعات.

وذلك يتم بداية قبل تنفيذ العمل الفنى ودخوله عملية الاتصال الجماهيرى من خلال العرض والمشاهدة.

-٢-

فشل الأعمال الفنية جماهيريا
على الرغم من استكمال المقومات الفنية الإبداعية

قد يكون استكمال المقومات الفنية في العمل الفنى الجماهيرى وبصفة خاصة فى مجال السينما مسوغا لدخول هذا العمل المسابقات والمهرجانات الفنية المحلية والدولية، بل وتحقيق نتائج مبهرة فى هذه المسابقات. لكن هذا العمل لا يحظى بقبول الجماهير له عند عرضه جماهيريا.

وعلى الرغم من الاتجاه العلمى لتعريف الفن من جانب والإبداع من جانب اخر وما يفرض هذا الاتجاه من ضرورات ترتبط بتأكيد مفهوم العملية الاتصالية فى الفن والإبداع - وهو ما سبق أن ناقشناه فى الفصل الثانى من هذا الكتاب - على الرغم من ذلك فإنه يغيب كثيرا عن الفنان المبدع هذا المفهوم فى صياغته للعمل الفنى. أو نجده يحد كثيرا من إطار العملية الاتصالية للعمل الفني فيستهدف جمهورا اخر، قد يكون جمهورا خاصا وليس الجمهور العام.

وفي الحالتين: سواء غاب عن الفنان المفهوم الاتصالى، أو قام بتحديد هذا المفهوم فى علاقته بالجمهور الخاص. فإن الفنان نجده يغالى كثيرا في توظيف تقنيات العمل الفنى ولغتها ومعطياتها بشكل يضع حاجزا للاتصال بالجمهور العام الذى تستهدفه الأعمال الفنية الجماهيرية بصفة عامة.

ولا يعنى ذلك تحديدا لأهمية الإبداع الفنى في هذه الأعمال، أو تعارضا بين الإبداع الفنى وحاجة المجتمع الجماهيرى له. ذلك أنه من الوظائف الأساسية للإبداع الفنى الارتقاء بالذوق العام والارتفاع بالوعى الفنى لدى جماهير المجتمع.. إلا أن ذلك يعنى

استحضار المفهوم الاتصالى خلال عملية الإبداع الفنى وإخراج العمل الفني إلى حيز الوجود. حتى يضمن الفنان بذلك نجاح العمل فى كافة الاتجاهات وقبول الجماهير له.

ذلك أن الاهتمام بالمقومات الفنية الإبداعية وحدها، فى غياب الوعى الفنى الجماهيرى. وانخفاض الذوق العام لن يؤدى إلا إلى رفض الجمهور العام لهذا العمل. وغياب الوعى الفنى وانخفاض الذوق العام، قد يكون من سمات المجتمع الجماهيرى الذى يسود فيه انخفاض مستوى التعليم، والأمية الثقافية، وسيادة الأعمال التجارية التى تستهدف التعامل مع غرائز الجمهور العام وعواطفة بدرجة الأولى.

بالإضافة إلى أن اهتمام الفنان المبدع بالمقومات الفنية الإبداعية وحدها دون المفهوم الاتصالى. يعنى أن هذا الفنان يقوم بصياغة العمل الفنى من خلال إطاره الدلالى الذاتى وخبرته وتجربته الخاصة، أو فى إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالجمهور الخاص. مع اغفال الخبرة والتجربة الخاصة بالجمهور العام وإطاره الدلالى الذي يساعده على إدراك الرموز الاتصالية ومعناها، والتى يتعرض لها ويشاهدها فى الأعمال الفنية. وبصفة خاصة فى الأعمال السينمائية التى تتعدد رموزها، وتتميز اللغة الخاصة بها التى قد ترتفع في بعض الأحوال فوق حدود الإطار المعرفى ومدركات الجمهور العام في تعرضه للأعمال الفنية.

ولذلك فإن اهتمام الفنان المبدع بمجال الخبرة المشتركة - كما شرحها ويلبور شرام W.Schramm فى نمونجه للاتصال الجماهيرى - التى تجتمع فى منطقة بين خبرة الفنان وخبرة الجمهور العام. هذا الاهتمام يسهم كثيرا فى تجاوز الصعوبات الخاصة بعدم إدراك الجمهور لرموز العمل الفنى وبالتالى قبول الجمهور لهذا العمل.

ومن جانب اخر فإن الجمهور حتى وأن اتسم بارتفاع الوعى الفنى والذوق العام، إلا أن مشاهدته للأعمال السابقة، ساهمت فى تكوين إطار معرفى عن الفنان المبدع

يؤثر فى تكوين اتجاه الجمهور نحو هذا الفنان سواء كان هذا الاتجاه ايجابيا أم سلبيا. وطبقا لنموذج التوزان عن هيدر F.Heider فإن الأفراد يكونون اتجاها نحو الاخرين فى إطار علاقات الوحدة unit relations التى تجمع بين الاخرين وأعمالهم فى وحدة واحدة. يتأثر أحد عنصريها - الفرد الاخر وأعماله أو أقواله - باتجاه الفرد نحو العنصر الأخر.

فإذا كانت سابقة الخبرات قد ساهمت فى تشكيل اتجاه سلبى نحو أعمال الفرد الاخر. فإن الفرد حتى يشعر بحالة التوازن فى عملية الاتصال قد يرفض التعرض إلى أعماله. حتى وإن كان اتجاهه نحو الاخر ايجابيا. وكذلك قد يرفض التعرض إلى الأعمال ايضا متى ساهمت الخبرات السابقة فى تشكيل اتجاه سلبي نحو الفرد الاخر. وتظل هذه الحالة حتى يتمكن الفرد من تعديل الإطار المعرفي نحو أى من العنصرين ليتفق الاتجاه الايجابى نحوهما، فيقبل على العمل. أو الاتجاه السلبي نحوهما معا فيرفضهما معا.

وهذا ما يتطبق على الأعمال الفنية المتميزة التى قد لا تجد قبولا لدى جمهور المشاهدين. متى كان اتجاه هذا الجمهور نحو الفنان المبدع سلبيا نتيجة الخبرة السابقة والمتراكمة التى ساهمت فى تشكيل هذا الاتجاه. خاصة إذا كان الفنان المبدع ظاهرا فى صياغة هذا العمل بشكل مؤثر مثل المؤلف أو السيناريست أو المخرج أو الممثل الأول في العمل الفنى الجماهيرى.

ولذلك يرتبط تعديل الاتجاه بتعديل الإطار المعرفى عن الفنان أو الأعمال من خلال دعم الاتصال المعرفي مع أفراد الجمهور فى عمليات اتصال تسبق أو تلازم عرض العمل الفني الجماهيرى.

وهذا ما يستلزم الدراسة المستمرة لجمهور المشاهدين للتعرف على خصائصهم

وسماتهم ومعاييرهم الثقافية التى تؤثر فى اتجاه هذا الجمهور نحو الأعمال الفنية. وكذلك التعرف على الإطار المعرفى للفنان المبدع، هذا الإطار الذى يسهم فى تشكيل اتجاه الجمهور نحوه.

وتثير ضرورة الدراسة المستمرة لجمهور المشاهدين، أهمية نتائج مثل هذه الدراسات فى تشكيل اتجاه الفنان المبدع نحو جمهوره. ذلك أن نجاح التفاعل بين أطراف العملية لا يستلزم فقط تحقيق التوزان في اتجاه الاخرين نحو الفرد وأعماله. ولكنه يستلزم أيضا طبقا لنظرية نيوكومب T.Newcomb التعرف على اتجاه الفرد نحو الاخرين. ليضاف بذلك متغير اخر إلي الاتجاه نحو الوحدة فى عملية الاتصال.

فالفرد فى جمهور المشاهدين لا يكتفى فقط بتحديد اتجاهه نحو الفنان وأعماله فقط. ولكنه يحتاج لتحقيق التوازن أن يعرف أيضا اتجاه الفنان نحوه أيضا. فقد ترتفع قيمة الأعمال الفنية إلى درجة كبيرة من ناحية استكمال المقومات الفنية الإبداعية، إلا أن هذه القيمة تصطدم بمعرفة الجمهور باتجاه الفنان الذى قام بهذا العمل نحوه والذى قد يتجسد فى الأهداف المنظورة لتقديم مثل هذا العمل.

وبجانب ذلك يؤثر فى صياغة هذه العلاقة الاتصالية أيضا. معرفة الجمهور لاتجاه الفنان المبدع نحو هذا العمل. ولا يعنى اهتمام الفنان بتوفير الطاقات والإمكانيات الإبداعية توافر الاتجاه الإيجابى نحو هذا العمل فى علاقته بالمجتمع الجماهيرى. لأن هذا الاتجاه الإيجابى قد لا يكون إلا فى إطار العلاقة مع الجمهور الخاص أو العروض الخارجية. ولذلك فإن المعيار فى اتجاه الفنان المبدع الذي نتناوله في هذه النظرية، هو الاتجاه في علاقته بعملية الاتصال الجماهيرى التى تتم فى إطار المجتمع الجماهيرى.

ولذلك فإن نجاح العمل الإبداعى الفنى جماهيريا، يفرض على الفنان مبدئيا ألا يرتفع بمستوى توظيف الطاقات الإبداعية فوق مستوى الجمهور المستهدف الذي يتأثر

سلوكه نحو هذه الأعمال بخصائص الإطار الثقافي العام. حتى وإن كان الهدف هو الارتفاع بالذوق العام، فإن المبدأ يكون فى هذه الحالة توظيف نظريات التعلم في الاتصال أو نظريات المعرفة الإدراكية. لتأثيرها في تشكيل اتجاهات الجمهور والتأثير فى سلوكه.

وذلك بجانب الكشف عن الخبرات والتجارب المتراكمة لهذا الجمهور التى توثر فى إطار المعرفة الإدراكية. وتؤثر بالتالى فى صياغة العملية الاتصالية ونجاحها.

-٣-

الاسـتثمار المـالى في الأعمال الفنية الجماهيرية وتأثيرها على الذوق العام

من الحقائق التاريخية أن المخرج الأمريكى جريفيث D.W.Greveth بعد أن نجح فى استخدام الإمكانيات المتطورة للكاميرا فى السينما، وأدخل رؤى جديدة فى فن المونتاج السينمائى وإخرج أفلامه المتميزة فى عام ١٩١٥: ميلاد امة، والتعصب ووصل فيهما إلى القمة فى عمله كمخرج، إنه اضطر بعد ذلك لتوفير التمويل الخارجى لأفلامه، أن فقد بعضا من استقلاله فى انتاج الأفلام التى يريدها، وكيف يريدها ومع جداول الإنتاج التى يريدها.

هذه الحقيقة التاريخية تشمل بوضوح اتجاهات تأثير الفكر التجارى على صناعة السينما فى إنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية. ذلك أن السينما بصفة خاصة من وسائل الاتصال الجماهيرى التى تتصدر إنتاج مثل هذه الأعمال تتميز بعدد من الخصائص الاقتصادية مثل:

- ضخامة الاستثمارات فى إنتاج الأعمال الخاصة بها. والأرقام الفلكية التى نسمع عنها في هذه الأيام تقدم دليلا على ذلك. وعلى سبيل المثال فقد وصلت تكلفة فيلم صوت الموسيقى فى السيتينات إلى ما يقرب من ٢٥ مليون دولار.

- ضخامة النفقات الإعلانية عن الفيلم، وغياب الايرادات الإعلانية مقارنة بالراديو والتليفزيون. التى يقوم الإعلان فيها بتغطية جانب كبير من نفقات الأعمال الدرامية والبرامج التى تذاع فيها.

- الاعتماد الكلى على ايرادات شباك التذاكر. وهذا يعنى أن جمهور المشاهدين هو

المصدر الأساسى لتمويل هذه الأعمال داخل وخارج المجتمع الذي تم فيه إنتاج الأعمال الفنية.

وبنفس المستوى نجد أن المسرح أصبح يتسم بهذه الخصائص نسبيا، خصوصا مع ارتفاع أجور الممثلين والعاملين في الأعمال الفنية المسرحية. ومع مراعاة حدود نطاق العرض المسرحى وايراداته - حفل واحد يوميا في مكان واحد - حتى وأن استمر العرض المسرحى لسنوات.

وأثرت هذه الخصائص في اتجاهات ممول أو منتج العمل الفنى الذى يضع فى اعتباره العوامل الاقتصادية باستثمار أمواله فى هذه الأعمال وخاصة ما يتعلق باتجاهات ضغط النفقات ودوران رأس المال ونسبة العائد المالى على رأس المال المستثمر في هذه الأعمال.

وعندما تفتقد هذه الأعمال الفنان المنتج أو الممول بغيابه تماما عن الاستثمار في هذا المجال أو ندرته فيها. فإنه يسود فى هذه الحالة سيطرة الفكر الاقتصادى على إنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية، وتصبح حسابات السوق والياته هى المدخل لإنتاج وتقويم هذه الأعمال من وجهة نظر المنتج أو الممول غير الفنان.

ومثل أى عمل اقتصادى يستهدف الربح المادى فإنه يبدأ بدراسة السوق للكشف عن خصائص المستهلكين للسلعة أو الخدمة. وهم في هذه الحالة جمهور المشاهدين. الذين يشكلون المصدر الأساسى لتمويل ايرادات الأعمال الفنية الجماهيرية. وبالتالى سيكون جهد المنتج أو الممول تقديم الأعمال الفنية التى ترضى هذا الجمهور تبعا لخصائصه وسماته الأولية وإطاره المرجعى الاجتماعى والثقافى.

ولقد أثبتت معظم الدراسات والبحوث العلمية أن الأعمال الفنية التى تصور العنف والجريمة والجنس والإثارة والميلودراما السوداء، والموسيقى الإيحائية، وهى أعمال

يضعها النقاد والصفوة فى إطار الأعمال ذات الذوق المتدنى. وتستميل اعدادا كبيرة من الجمهور، الذي لم توفر له التنشئة الاجتماعية القدرة على تذوق الأعمال الفنية الراقية. بسبب انخفاض مستوى التعليم، وتأثير الجماعات المرجعية وإطار القيم الاجتماعية والثقافية التى تحدد لهم إطار الحكم والتقدير للأعمال والأفكار التى يتعرضون لها فى حياتهم، وكذلك سلوكهم الاتصالى نحو وسائل الاتصال الجماهيرى ومنها الفيلم السينمائى والعرض المسرحى على سبيل المثال.

ومادام مثل هذه الأعمال ترضي أكبر عدد ممكن من جمهور المشاهدين، فإن هذا العدد سيكون هو الجمهور المستهدف في تمويل وإنتاج مثل هذه الأعمال ذات الذوق المتدنى. وبذلك فإن الفيلم السينمائى والعرض المسرحى فى هذه الحالة سيعمل على دعم هذا المستوى من الذوق بدلا من محاولة تعديله أو المخاطرة فى هذا الاتجاه، والتى قد تؤثر على ايرادات الفيلم السينمائي أو العرض المسرحى، وتؤثر بالتالى على توزان الاستثمار فى هذا المجال.

هذا من جانب ومن جانب اخر فإن السينما والمسرح - تبعا لرؤية الباحث ميلفين ديفلير M.Defleur بوصفها وسائل للاتصال الجماهيرى، تعتبر نظما اجتماعية تعمل فى إطار السياق الاجتماعى متأثرة بنظمة ومؤسساته الاجتماعية والتى تؤثر بالتالى فى اتجاهات الدعم والتمويل لمثل هذه الوسائل دعما واستمرارا لأداء دورها في هذا السياق. ومادام السياق الاجتماعى العام يعمل فى دائرة الاتجاه الاقتصادى أو المنظور المادى فى حركة واليات النظم والمؤسسات الاجتماعية. فإن السينما والمسرح بالتالى سوف تعمل فى هذه الدائرة متأثرة بها.

والنظر إلى المؤسسات الخاصة بانتاج الأعمال الفنية الجماهيرية بوصفها نظما اجتماعية، يتطلب النظر أيضا إلى مصادر التمويل - الممول والموزع ووكالات الإعلان - ومحتوى هذه الأعمال، وجمهورها بوصفها عناصر هذه النظم تعمل من خلال حركتها

وعلاقاتها على استمرار هذه النظم.

ويعتبر جمهور المشاهدين المرتكز الأساسى فى دعم هذه النظم واستمرار حركتها، يتجه إليه من البداية المنتج والممول والمعلن ليقدم له من خلال الأعمال الفنية المحتوى الذى يثير اهتمامه ويلقى قبولا لديه. خصوصا إذا توفرت لهذا الجمهور القدرات المالية التى تجعله مصدرا أساسيا لإيرادت هذه الأعمال.

ولا يتوقف تأثير هذا السياق على عناصر التمويل والمحتوى والجمهور فقط، بل يمتد هذا التأثير إلى سلسلة العاملين والمؤدين فى هذه الأعمال. الذين يدعمون العلاقة الطردية بين ايرادات مثل هذه الأعمال وأجورهم أو نفقات اشتراكهم فى هذه الأعمال. وذلك من خلال رؤيتهم لحركة الاتجاه الاقتصادى أو تأثير المنظور المادى على آليات التعامل فى الأعمال الفنية فى إطار السياق الاجتماعى الكلى.

وهذا يؤدى إلى وحدة الاتجاه نحو الجمهور الذى يحقق أكبر عائد ممكن. وصياغة المحتوى والأعمال الفنية التى تجد قبولا لدى هذا الجمهور.

كما يشكل الجمهور عنصرا من عناصر مؤسسات السينما والمسرح كنظام اجتماعى، فإنه يشكل ايضا العنصر الرئيسى للنظم الاجتماعية الاخرى مثل الهيئات التنفيذية والتشريعية والاتحادات والنقابات التى تستمد من هذا الجمهور الدعم والتأييد الخاص بوجودها واستمرارها. وسوف نجدها بالتالى تصبح أكثر حذرا فى اصدار التشريعات أو اتخاذ الاجراءات التى تتعارض مع رغبات الجمهور العام.

وبذلك نرى أنه فى إطار سياق اجتماعى معين فإن كل القوى المحركة أو الفاعلة في هذا السياق تتجه بأفكارها واتجاهاتها إلي هذا الجمهور. الذى يطلق عليه صفة الجمهور العام بسماته وخصائصه وإطاره الثقافى والاجتماعى. والذي يتأثر فى انتقائه وأحكامه على الأعمال الفنية بهذه الخصائص والسمات ومنها مستوى التعليم

واتجاهات القيم الثقافية والاجتماعية التى تسود في المجتمع بسيادة سياق اجتماعى معين بخصائصه وسماته. وإذا كانت خصائص وسمات هذا الجمهور تدعم اتجاهه نحو الأعمال الهابطة والذوق المنخفض. فإن الفيلم والمسرح سيخاطب هذه الاتجاهات من خلال المحتوى الترفيهى أو الأعمال التى تحقق الرضا الوقتى أو اللحظى ارضاء لهذا الجمهور. الذي يعتبر المصدر الأساسىلايراداته ويحافظ على استمراره فى المجتمع.

وبالتالى سنجد أن هذه المؤسسات تعمل على دعم الذوق المتدنى بدلا من تغييره، محافظة على وجودها واستمرارها فى المجتمع، بوصفها مجالا من مجالات الاستثمار المالى والاقتصادى.

وهذا التحليل لا يعتبر اتجاها عاما لوظائف الأعمال الفنية الجماهيرية. ذلك لأنه يرتبط بصفة أساسية بمستوى التعليم فى المجتمع والاتجاه الثقافى والإعلامى في المجتمع وقدرته على التماسك فى مواجهة القيم المادية التى توثر على اتجاهات الأعمال الفنية الجماهيرية.

-٤-

النتائج الجانبية
لعرض الأعمال الفنية الجماهيرية

تهتم نماذج التحليل الوظيفى بالكشف عن الوظائف أو الأدوار التى تقوم بها نظم معنية، أو النتائج التى يسفر عنها تكرار ظاهرة اجتماعية تؤثر على أداء هذه النظم.وقد اهتم تشارلز رايت Charles Right بتطبيق التحليل الوظيفى على الأدوار التى تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرى من خلال المواد التى تقوم بعرضها بشكل نمطى.

وقد ناقشنا في الفصل الثانى من هذا الكتاب الوظائف أو الأدوار الخاصة بالاتصال فى مجالات الإبداع الفنى، والتى تجسدها الأعمال الفنية الجماهيرية عند عرضها من خلال الفيلم أو العمل المسرحى. والاتصال فى مجالات الإبداع الفنى لا يقوم بوظيفة الإعلام أو الاخبار، ولا يقوم بصفة عاجلة بشرح وتفسير الأخبار إلى جمهور المتلقين. ولكنه يهتم بشكل خاص - كما سبق أن ذكرنا - بتطوير المعرفة والخبرة والتجربة المكتسبة للأفراد، ودعم السلوك الاجتماعى الذى يتأثر بالقيم والاعراف والتقاليد السائدة، ودعم القيم الجمالية لدى الفرد والمجتمع والارتقاء الذوق العام، بالإضافة إلى دعم الأطر الثقافية السائدة وتعزيز التواصل الثقافى بين الأجيال، وكذلك القيام بوظيفة الترفيه والتسلية والامتاع.

ولا يقتصر التحليل الوظيفى على دراسة النتائج الظاهرة أو المطلوبة، بل يأخذ في اعتباره الحدود الفاصلة بين النتائج التى تظهر فعلا، وما هو مستهدف من النشاط، فليس من الضرورى أن تسفر نتائج التحليل على اتفاق تام بين الأهداف الموضوعة مقدما أو الوظائف المحددة، والنتائج المترتبة على عرض محتوى الاتصال فى وسيلة من الوسائل. ويفصل الباحث روبرت مورتون R.Morton تماما بين نتائج نشاط وسائل

الاتصال الجماهيرى على الفرد والمجتمع والأهداف التى من أجلها ينم صياغة الأعمال والقيام بهذا النشاط.

وإذا ما اتجهنا إلى تطبيق هذا الاتجاه على الأعمال الفنية الجماهيرية سنجد الكثير من العوامل التى تدعم التباين فعلا بين ما يستهدفه الفنان المبدع من عرض هذه الأعمال وما يتحقق فعلا بين الأفراد أو المجتمع من نتائج بعد العرض أو تراكم الأفكار النمطية في العروض الفنية الجماهيرية.

فهذه الأعمال تستخدم رموزا تتباين تفسيراتها بتباين فئات جمهور المشاهدين وخصائصها وسماتها العامة والاجتماعية والثقافية. وعرض هذه الرموز في علاقتها ببعضها وفي علاقتها بالأفكار التى تعبر عنها تبعا لرؤية مخرج العمل يؤدى إلى صورة من صور التباين أيضا فى التفسيرات. بل إن الأثر كثير ما يرتبط بعرض الأفكار فى علاقتها ببعضها. مثل التركيز على أحدهما أكثر أو التقديم والتأخير أو المساحات الزمنية المقارنه لعرض هذه الأفكار. أو وسائل تجسيدها من خلال الرموز الفنية. كل هذا قد يؤدى إلى اثار تتباين رؤية المتلقين حولها وتثير جدلا حول حدود هذه الاثار واتجاهها.

فتراكم عرض أحد الظواهر الاجتماعية على سبيل المثال بهدف التحذير، قد يؤدى من جانب اخر إلى إثارة الذعر فى المجتمع فى مستوى من مستويات الأثر، أو التعايش مع هذه الظاهرة بوصفها نتيجة سلوكية لظهور بعض العوامل والمتغيرات التى أدت إلى ظهورها وانتشارها، والتعامل معها على هذا الأساس.

وإذا كان الباحثون فى مجال الاتصال الجماهيرى بصفة عامة قد اهتموا بتحليل الوظائف النمطية للاتصال وابرزوا الجوانب الإيجابية والسلبية، أو النتائج الظاهرة أو الكامنة لوسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة. فإن ذلك يدعونا إلى التخصيص فى

تطبيق نموذج التحليل الوظيفى على الأعمال الفنية الجماهيرية بما يتفق والخصائص الاتصالية لهذه الأعمال ووظائفها - والسابق ذكرها في الفصل الثانى من هذا الكتاب - والكشف عن النتائج الجانبية التى تتحق من عرض هذه الأعمال جماهيريا. وهى ما تختلف تماما عن الأهداف الخاصة بانتاج هذه الأعمال من وجهة نظر المؤلف أو السيناريست أو المخرج بوصفه قائما بالاتصال فى هذه العملية الاتصالية.

ونوجز مثل هذه النتائج الجانبية فى الاتى:

- إثارة الذعر بين الجماهير:

فى الأعمال الفنية وهى تتعرض إلي الظواهر غير المقبولة اجتماعيا والتى تشكل خطرا على المجتمع بقصد تحذير المجتمع من هذه الأخطار ونتائجها. فإن العرض المتراكم لمثل هذه الأخطار وتناولها المتكرر، قد يزيد من توتر الجمهور وإصابته بالذعر من وجود هذه الظواهر التى تشكل خطرا على أمنه وحياته ومستقبله. هذا الذعر يكون سببا فى معظم الأحوال فى حدوث شلل فكرى وعجز الأفراد عن مواجهة الخطر بالسلوك المناسب.

وعلى سبيل المثال فإن العرض المتكرر لظاهرة خطف الاناث، قد يؤدى إلى تصاعد الخوف والذعر الذى يجعل الفرد يفشل فى دراسة الظاهرة وأسبابها دراسة عاقلة ومتزنة/ويكون القرار المترتب على حالة الذعر أو الخوف الزايد هو منع الاناث من الخروج بمفردهن. وهذا وحده ليس كافيا لبحث الظاهرة وأسبابها على سبيل المثال.

وكذلك تراكم العرض حول ظاهرة تعاطى الفتيان للمخدرات قد يؤدى الذعر من هذه الظاهرة إلى حدوث توتر فى العلاقة بين الاباء والابناء نتيجة للقيود والضوابط التى تفرض فى هذه الحالة متأثرة بحالة الخوف الزائد دون النظر أيضا إلى الظاهرة بشكل علمى. وهكذا ومن جانب اخر فإن تراكم عرض هذه الأعمال مع إحساس الفرد بعدم

قدرته على مواجهة مثل هذه الأخطار قد تجعله ينسحب تدريجيا من مواجهة الظاهرة أو التأثير فيهاإلي الاهتمام بأمور أخرى غير التى تناقش مصادر الأخطار. هروبا منها أو تجنبا للتوتر الذى يسببه مشاهدة مثل هذه الأعمال.

- **التخدير أو استثارة السلوك السلبى للمشاهد.** خصوصا فيما يتعلق بالقضايا والموضوعات التى تناقش الانحراف والفساد. فالفرد الذى يتعرض لفيض من الأعمال نجده في كثير من الأحوال يكتفى بمجرد المعرفة السطحية لهذه الأمور. لأن الأعمال الفنية عادة ما تقدم إلى المشاهد هذه القضايا معلبة أو جاهزة بالحل الذى يراه الفنان من وجهة نظره. ولذلك تقف حدود استجابة المشاهد عند مجرد المشاهدة والاستغراق فى العمل الفنى دون الرغبة في القيام بعمل ما في الواقع الحقيقى الذى يناقش هذه القضايا والموضوعات. بل إنه يترك نفسه أسيرا لهذا الواقع الذي يقدمه له الفنان جاهزا وكاملا. ومن هنا يتسم سلوك المشاهد بعد ذلك بالسلبية أو اللامبالاة إزاء القضايا أو الموضوعات المطروحة وعلاقتها بالواقع الحقيقى. ونلاحظ أن الأعمال الفنية الجماهيرية فيما يتعلق بالموضوعات والأفكار التى تناقش الاخطار أو الانحراف أو الفساد أنها تقدم المشكلة وحلولها الجاهزة فتفرض بذلك قيدا على المشاهد فى استثارة تفكيره للمشاركة فى مناقشة هذه الموضوعات والقضايا. ومع تراكم العرض والمشاهدة يصبح المشاهد أسيرا لعادة المشاهدة فقط دون المشاركة. وهو سلوك سلبى يترتب على المشاهدة وتراكم التعرض لمثل هذه الأفكار والموضوعات. وهو ما يطلق عليه التخدير. حيث لا يشعر المشاهد بالتقصير لعدم المشاركة.

ويرتبط بالتخدير كنتيجة جانبية ظاهرة الاغتراب وابتعاد المشاهد عن واقعة الحقيقى، والحياة فى الواقع الذىيرسمهالعمل الفنى وهو واقع تؤثر فى رسمه القوى التى تتفاعل فى سبيل اخراج العمل الفنى فتجعله بعيدا إلى حد ما عن الواقع

الحقيقى. فلا يستطيع العمل الفنى أن يرسم الواقع الحقيقى بأمانة بتأثير خصائص هذا العمل من جانب والقوى الاخرى المؤثرة من جانب - كما سبق أن نكرنا فى الخصائص الاتصالية للفيلم على سبيل المثال.

وبهذا فإن معايشة المشاهد لهذا الواقع الذى يرسم العمل الفنى الجماهيرى. يجعله يقترب من الواقع الحقيقى. فيعيش مشاكل الواقع الفنى وحلوله، قابلا لها ومصدقا بفضل تواتر الأحداث فى سياق العمل الفنى.

وبذلك فإن التخدير والاغتراب يضاعف من حالة اللامبالاة والسلبية للمشاهد إزاء ما يحدث من مشكلات أو وقائع في عالمه الحقيقى مكتفيا بالأفكار والموضوعات المعلبة التى يقدمها له الفنان في عمل من الأعمال الفنية الجماهيرية.

- ومن النتائج الجانبية الأخرى التى يشعر بها المشاهد نتيجة تراكم المشاهدة للأعمال الفنية الجماهيرية. **إحساس هذا المشاهد بالاحباط النفسى،** الناتج عن تقييمه لقدراته وإمكانياته الذاتية أو إمكانيات المجتمع فى الوصول إلى الصورة الفنية التى يرسمها العمل الفنى الجماهيرى سواء فى السلوك الانسانى أو مظاهر الحياة أو تأثير تقنيات العمل الفنى فى تجسيد هذه المظاهر.

فالفنان قد يتطلع فى رسم صور العمل الفنى واشخاصه إلي الكمال والنضج والمثالية فى مسار الأحداث وتأثيرها وعلاقات الشخصيات وحياتها. حتى وأن استعاد هذه الصور من ثقافات أجنبية أخرى تساعده فى نقل الفكرة.

وهذه الصور التى تتراكم فى الأعمال الفنية ترسم اتجاها لتطلعات المشاهد التى تتنامى مع تراكم المشاهدة. ولكنها في حالات اليقظة تصطدم بالواقع الذى يرسم الإمكانيات والقدرات المحدودة للفرد والمجتمع فى تحقيق هذه التطلعات. ويصاب عندئذ بالإحباط النفسى نتيجة لإحساسه بالعجز واليأس من تحقيق هذه الأمال والتوقعات.

وهذا ما يحدث من تعرض الفرد للثقافات الاجنبية التى ترسم واقعا مختلفة تماما عن الواقع المحلى وتثير تطلعات المشاهدين إلى تحقيق مظاهر الحياة التى ترسمها هذه الأعمال. والتى ما تلبث أن تصطدم بإمكانيات وقدرات الواقع المحلى. فتصيب افراد المجتمع بالإحباط النفسى نتيجة ذلك.

- انتشار ظاهرة العنف فى المجتمع:

قدمنا من قبل أن وسائل الاتصال الجماهيرى وهى تعمل على استمالة الحجم الأكبر من جمهور المتلقين تلجأ إلى أعمال العنف والاثارة لجذب أكبر قدر ممكن من الجماهير، التى تخاطب هذه الأعمال غرائزهم وعواطفهم، أو هى فى مجال اخر تلجأ إلى رسم الشخصيات الاسطورية فى الأعمال التى يمكنها من خلال السلوك الخارق إلى مواجهة الاخرين، رؤية من القائمين بهذه الأعمال، أنها تقوم بتفريغ الطاقات العدوانية المكبوتة عند الافراد منذ بداية النشأة وخلال مراحل حياتهم أو إنها تقوم بتفريغ الطاقات العدوانية خلال مشاهدة هذه الأعمال - كما سبق أن أوضحنا فى الفصل الخامس من هذا الكتاب إلا أن تراكم عرض هذه الأعمال واستمرار التركيز على فكرة العنف وإثارة المشاهد من خلال هذا السلوك والتركيز أيضا على الشخصيات الخارقة، يجسد هذا السلوك كخيار وحيد للمشاهد فى مواجهة المواقف التى يتعرض لها فى واقعه الحقيقى. نتيجة الرغبة في المحاكاة وتقليد هذا السلوك باعتباره الخيار الأمثل أمام الشخصيات التى يتعرض لها أثناء المشاهدة.

ومع تراكم المشاهدة لمثل هذه الأعمال وكثرة المشاهدين لها ، واقتناعهم الذاتى بأهمية هذا السلوك فى مواجهة المواقف فى علاقته بتحقيق النتائج. فإن هذا السلوك ينتشر فى المجتمع حتى يصبح ظاهرة اجتماعية سلبية نتيجة تراكم العرض والمشاهدة للأفكار والموضوعات التى تدعو إلى ذلك.

- تدنى أو انخفاض الذوق العام.

ارتبط ظهور الفيلم السينمائي فى بدايته الأولى بتلبية حاجة المشاهدين إلى الترفيه والتسلية ومازالت حتى الان الكثير من الأعمال السينمائية والمسرحية تقوم بهذه الوظيفة فى إطار وظائف الاتصال الجماهيرى، وباعتبارها الوظيفة المضافة إلى الوظائف الأولى التى ساقها خبراء الاتصال فى تحديد نمانجهم ونظرياتهم للاتصال.

ولا يمكن أن نقلل إطلاقا من هذه الوظيفة لأنها تساعد المشاهد فى تجاوز هموم ومتاعب الواقع اليومى وهروبه منها.

إلا أن الأعمال الفنية الجماهيرية وهى تقوم بتلبية هذه الحاجة أو تحقيق هذه الوظيفة تسير فى اتجاه الحجم الأكبر من جمهور المشاهدين وهم من غير المثقفين وإن كانوا قد تلقوا تعليما رسميا. مما جعل الكثير من هذه الأعمال وهى تخاطب القطاع الأكبر من الجمهور - لأسباب تجارية كما سبق أن نكرنا في مقال سابق - لا تفرق فى مستوى الأعمال بين ما يحقق الترفيه وما يهبط بالذوق العام. فهى عندما تقوم بتقديم هذه الأعمال توجه كافة طاقاتها إلى تسلية الجمهور والترفيه عنه دون النظر إلى علاقة المواد التى تعرض والرموز التى تقوم من خلالها بالذوق العام.

والقطاع الكبير من الجمهور لا يتلقى هذه الأعمال بنظرة ناقدة - شأن المثقفين والصفوة - ولكنه يتلقاها من خلال دورها فى تحقيق هذه الوظيفة فقط.

ومن جانب اخر فإن التركيز على مخاطبة القطاع الأكبر من جمهور المشاهدين الذى يميل بحكم انخفاض تعليمه أو اتجاهه المهنى أو تاثير التعليم الرسمى، أو بتأثير المرحلة العمرية إلى مشاهدة الأعمال التى تعرض أفكار العنف والإثارة والجريمة.. وغيرها من الأعمال التى تحقق رضاء وقتيا أو لحظيا أو سريعا. يؤدى التركيز على مخاطبة القطاع الأكبر من الجمهور من خلال هذه الأعمال التى ترضيه أيضا إلي

اغفال رؤية الصفوة أو الفئات المثقفة أو النقاد فى تقديم الأعمال الجادة أو الهادفة التى ترتفع بالذوق العام وتنمى لدى المشاهد الاحساس بالقيم الجمالية التى تعتبر من الأدوار الأساسية للأعمال الفنية فى علاقتها بالمجتمع.

لذلك نجد أن الأعمال الفنية الجماهيرية وهى تقوم بتحقيق التسلية بالامتاع والترفيه أو تحقيق الرضا الوقتى للقطاع الأكبر من الجماهير، فإنها تقوم فى نفس الوقت بدعم الذوق الجماهيرى الذى ترسم إطاره الحدود التعليمية والثقافية والاقتصادية لهذا القطاع. ويتدنى عن الذوق الراقى الذى تستهدفه الصفوة فى المجتمع.

قائمة المراجع

أولا: مراجع عربية ومعربة:

- إبراهيم إمام: **الإعلام والاتصال بالجماهير**، ط٢، القاهرة: الانجلو المصرية ١٩٧٥.

- أرنست فيشر: **ضرورة الفن**: ترجمة أسعد حليم، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- الان كاسبار: **التذوق السينمائي**، ترجمة وداد عبد الله، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- الكسندرو روشكا: **الإبداع العام والخاص**، ترجمة غسان عبد الحى أبو فخر، سلسلة عالم المعرفة: العدد ١٤٤ ديسمبر ١٩٧٩، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والأدب.

- جيهان رشتى: **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ط٢، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٧٨.

- حمدى حسن: **مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال**، القاهرة: دار الفكر العربى ١٩٨٧.

- حسين حلمى المهندس: **دراما السينما بين النظرية والتطبيق جـ١**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- زكريا إبراهيم: **مشكلات فلسفية – مشكلة الفن**، القاهرة: مكتبة مصر ١٩٧٧.

- زيدان عبد الباقى: **وسائل وأساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارة والإعلامية**، ط٢، القاهرة: النهضة المصرية ١٩٧٩.

- شاكر عبد الحميد: **العملية الإبداعية فى فن التصوير**، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٠٩ يناير ١٩٨٧، الكويت: المجلس الوطنى للثافة والفنون والأداب.

- صفية مجدى: **صورة المرأة فى السينما المصرية، وصف أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية فى**: هاشم النحاس: الإنسان المصرى على الشاشة - مجموعة أوراق، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- صلاح رضا: **ملامح وقضايا فى الفن التشكيلى**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٩٠.

- طلعت منصور: **سيكولوجية الاتصال**: مجلة عالم الفكر - المجلد ١١ العدد الثانى، الكويت: وزارة الإعلام ١٩٨٠.

- طه محمود طه: **وسائل الاتصال الحديثة**، مجلة عالم الفكر: المجلد ١١ العدد الثانى، الكويت وزارة الإعلام ١٩٨٠.

- عبد الستار ابراهيم: **الانسان وعلم النفس**، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٨٦ فبراير ١٩٨٥، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والأداب.

- عبد الباسط عبد المعطى، عبد الحليم محمود: **استطلاع اراء الجمهور المصرى فى الأفلام السينمائية**، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد ١١ العدد ٢ مايو ١٩٧٤ القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

- عزت قرنى: **الإبداع الفلسفى وشروطه: نظرة إلى المحاولات واستشراق المستقبل**، مجلة فصول: المجلد السادس العدد ٤ يوليو ٨٦ القاهرة: الهيئة العامة للكتاب.

- عزيز الشوان: **الموسيقى - تعبير نغمى ومنطق**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- فوزى فهمى: **المفهوم التراجيدى والدراما الحديثة**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- فيدريكو جارثيا لوركا: **حديث عن المسرح**، فى: هاسكل بلوك، هيرمان سالنجر «محرران»: **الرؤيا الإبداعية**، ترجمة أسعد حليم القاهرة: نهضة مصر ١٩٦٦

محمد صقر خفاجه : **دراسات فى المسرحية اليونانية**، سلسلة الألف كتاب الأولى، القاهرة الانجلو المصرية - بدون.

- محمد محمد البادى: **وسائل الاتصال الجماهيرى والمجتمع**، فى، على عجوة واخرون: مقدمة إلى وسائل الاتصال، جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩.

- محمد عبد الحميد: **دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام**، مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية١٩٨٧.

- محمد عبد الحميد: **وسائل الاتصال الإدارى**، المملكة العربية السعودية: إدارة التطوير التربوى - وزارة المعارف ١٩٨٨.

- محمد عبد الحميد: **وسائل الاتصال المطبوعة**، في على عجوة واخرون مقدمة إلى وسائل الاتصال ، جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩.

-محمد عزيز نظمى سالم: **الإبداع الفنى**، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة ١٩٨٥.

- مصرى عبد الحميد حنورة: **الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الشعر المسرحى**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- مصطفى سويف: **دراسات نفسية فى الفن**، القاهرة: مطبوعات القاهرة ١٩٨٣.

- مصطفى يحيى: **التذوق الفنى فى السينما**، القاهرة: غير معلوم ١٩٩١.

- نهاد صليحة: **المسرح بين الفن والفكر**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- يوسف السيسى: **دعوة للموسيقى**، سلسلة عالم المعرفة العدد ٤٦ أكتوبر ١٩٨١
الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والأداب.
- يوسف ميخائيل سعد: **سيكولوجية الإبداع فى الفن والأدب**، سلسلة دراسات
أدبية، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

ثانيا: مراجع اجنبية:

Berko,Roy M., & Wolvin, Andrew D and Wolvin. Darlyn R., Communicating: ASocial and Career Focus 3rd edition, Boston: Monghton Mifflin Compony1985.

- Berlo, david K., The Process of Communication., New york: Holt, Rinehert, Winston1960.

- Bettenghous, Erwin P., Persuasive Communication New York: Holt, Rinehert and Winston Inc.,1978.

- Bittner, John R., Mass Communication: An Introduction 2nd edition., New Jersey: Prentice-Hall1980.

- Blumler, Jay G and Katz, Elihu (eds)., The uses of Mass Communication: Current Perspective On Gratification Rerearch., London: Sage Publication1974.

- Chaffee, Steven M., "The Interpersonal Context of Mass Communication"., In: Kline Gerald and Techenor, Philip J., (eds) Cureunt Perspective in Mass Communication Research., London: Beverly Hills - SAGE Publication1972.

- Curran, James., Gurevitch, Mechael and Wollacot, Janet., "The Study of Media: Theoretical Approaches" In: Gurevitch Mechael, et al., (eds) Culture, Society and the

Media., london: Methuer1982.

- Defleur, Melvin L., and Dennis, Everette E., Understanding Mass Communication., Boston: Mifflin Company1981.

- Defleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra Ball., The Theories of Mass Communication 3rd edition., New York: long man1975.

- Eyre, E.C., Effective Communication., london: Hieneman1979.

- Freedman, Jonathon J., and Sears, David O., Social Psychology., 4th edition., New jersey: prentic-Hall, Inc., Englewood cliff.1981

- Gerbner, Gorge., "Toward a general Model of Communication., audio-Visual Communication Review, Vol4,1956.

- Katz, Daniel., The Functional Approach to study of Attitude., In: Grotty, Williom J., Public Opinion and politics: A Reader., New York: Holt, Rive hert and Wirstion Inc1970.

- Lin, Nan., The Study of Human Communication., New York: Budds-Merril Company Inc1973.

Lin. Nan., the Foundation of Social Research., New york: Mc Graw Book Company1976.

Maslow. Abraham M., Motivation and Personality., New York: Harber and Row1970.

- Mc Gall, George J., and Simmons J.L., Social Psychology: A SocioLogical Approach., New York: The Free Press and Macmillan publisbing Company Inc1982.

- Mc Guire, William J., "Theoritical Foundation of Compaigns" In: Rice, Ronald E., and Paisly, William., (eds) Public Communication Compaigns., London: Beverly-Hills-SAGE Publication1981.

- Mc Quail, Denis (ed) Sociology of Mass Communication: Selected Reading., England Penguin Books Led1972.

- Metchel, Wand B and Kirkhom, James D., Televising your Message., U.S.A: National Text Bool Company1982.

- Merill, John C.and lowenstion, Ralgh L., Media-Message and Men: New Perspective in Communication., 2nd edition. New York: longman1979.

- Penner, Lawis A.,Social Psychology: A Contemporary Approach., New York: Oxford University press1978.

- Reardon, Kathleen K., Persuasion: Theory and Con-

text., london: SAGE. Publication-Beverly Hills1981.
- Schramm, Wilbure and Robert, Donald F., (eds) The Process and Effects of Mass Communication 3rd edition, Urbana: University of Illinois Press1975.
- Schramm, Wilbure and Robert, Donald F., (eds) Men, Message and Media: A Look at Human Communication., New York: Harper & Row Publichers1973.
- Stang, David J., Intraduction to Social Psychology., California: Brooks, Cole Publishing Company1981.
- Thampson, Wayne N., Responsible and Effective Communication., Boston: Houghton Miffin1978.
- Vol Kart, Edmond M., (ed) Social Behaviour and personality, 2nd edition., U.S.A: green wood press Publishers1981.
- Ulloth, Dana R., etal., Mass Media: Past, Present and Future., New York: West Publishing company1983.
- Wickulund,Robert A., and Frey Dieter., "Cognitive; Motivational vs Non Motivational Perspective., In: Forgas, Joseph P., (ed) Social Cognition: perspective on every understanding., london: Acadimic Press1981.

بحوث ودراسات علمية
للمؤلف

- كتاب بعنوان: **الصحافة العسكرية** القاهرة: دار المعارف، سلسلة كتابك العدد رقم ١٤٦.

- بحث بعنوان: **التحليل الكمى للمحتوى فى بحوث الإعلام في ضوء المنظور المنهجي**، القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، وقائع الحلقة الثانية لبحوث الإعلام في مصر، ديسمبر ١٩٨٠.

- كتاب بعنوان: **الصحافة العسكرية فى مصر «١٩٥٢ - ١٩٧٣» دراسة تاريخية نقدية مقارنة. القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام - العدد ٥٣- ١٩٨٢.**

- كتاب بعنوان: **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام** جدة: دار الشروق ١٩٨٣

- بحث بعنوان: **الدور الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسات الصحفية.** جدة: جامعة الملك عبد العزيز، مجلة كلية الأداب والعلوم الإنسانية، العدد الرابع ١٤٠٤/١٩٨٤.

- بحث بعنوان: **الاتجاه النقدى فى دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة.** جدة: جامعة الملك عبد العزيز، مجلة كلية الاداب والعلوم الإنسانية، العدد الخامس ١٤٠٥/١٩٨٥.

- بحث بعنوان: **تحليل محتوى الصورة الصحفية** القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، وقائع الحلقة الدراسية الأولى.. مشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية، ابريل ١٩٨٦.

- كتاب بعنوان: **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**. مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية ١٩٨٧.

- بحث بعنوان: **المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور وسائل الإعلام**. جدة: مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الآداب والعلوم الانسانية «مجلد ١» ١٤٠٨/١٩٨٨

- كتاب بعنوان: **وسائل الاتصال الإداري** مقررات منهج التعليم الثانوي المطور - برنامج العلوم الإدارية، المملكة العربية السعودية: وزارة المعارف، الإدارة العامة للمناهج ١٤٠٨/١٩٨٨.

- فصل في كتاب: **وسائل الاتصال المطبوعة**
في كتاب: مقدمة إلى وسائل الاتصال، «بالاشتراك» جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩

- بحث بعنوان: **الاتجاهات الأساسية في بحوث قراءة الصحف** - القاهرة: المجلة العلمية لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول: يوليو ١٩٨٩.

- بحث بعنوان: **قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة**، دراسة تطبيقية في الاستخدام والاشباع. الكويت: جامعة الكويت، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد «١٧» العدد «٢» صيف ١٩٨٩.

- بحث بعنوان: **نموذج الاهتمام والدوافع لتقويم الموضوعات الصحفية**. جدة: مجلة جامعة الملك عبد العزيز - كلية الأداب والعلوم الإنسانية «مجلد ٣» ١٤١٠/١٩٩٠.

- كتاب بعنوان: **إنتاج المواد الإعلامية المطبوعة في العلاقات العامة**. في كتاب: انتاج المواد الإعلامية في العلاقات العامة «بالاشتراك» جدة: مكتبة مصباح

١٩٩٠

- بحث بعنوان: **حدود الاتفاق بين نتائج تحليل النصوص والصور الصحفية** القاهرة: المجلة العلمية لكلية الإعلام، جامعة القاهرة «بحوث الاتصال» العدد الرابع يناير ١٩٩١.

- كتاب بعنوان: **بحوث الصحافة** القاهرة: عالم الكتب ١٩٩٢

- بحث بعنوان: **البحث العلمى في مجال الإعلام الإسلامى، إشكالياته ودوره الوظيفى.**

ندوة الإعلام الإسلامى بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل القاهرة: مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامى - جامعة الازهر، ومؤسسة اقرأ الخيرية مايو ١٩٩٢.

رقم الإيداع / ١٩٩٤ / ١٩٩٣

المطبعة النموذجية للأوفست